

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PADA PT. RJS CARGO
SERVICE DELIVERY DI PEKANBARU**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH

SYAHRIR AFANDI
NIM. 10571001908

**JURUSAN MANAJEMEN (S1)
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2012 M**

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KULITAS JASA PENGIRIMAN PADA PT. RJS CARGO SERVICE DELIVERY DI PEKANBARU

Oleh : Syahrir Afandi

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. RJS Cargo yang berlokasi di Jalan Melati No. 62 sukajadi Kota Pekanbaru. PT. RJS Cargo Pekanbaru adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang baik paket maupun dokumen. PT.RJS Cargo Pekanbaru berdiri sejak tahun 2002 dan berubah menjadi PT sejak tahun 2010. Rumusan Masalah adalah faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada PT. RJS Cargo di Pekanbaru? dan faktor-faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pada PT. RJS Cargo Service Delivery di Pekanbaru? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada PT. RJS Cargo Service Delivery di Pekanbaru dan faktor yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan. Dengan variabel *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dan dalam melakukan analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu suatu cara penganalisaan dan disusun secara sedemikian rupa sehingga dapat diteliti dengan mendasarkan kepada teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan disajikan dalam bentuk laporan penelitian serta didukung data-data yang akurat. Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori maka hipotesis dari penelitian ini adalah diduga faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pengiriman pada PT. RJS Cargo Service Delivery dipengaruhi oleh *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T dan uji F . diperoleh F hitung = 8.798 dengan tingkat probabilitas 0,000. oleh karena probabilitas $0,000 < 0.05$ maka distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier, nilai r hitung 0,841 atau 84,1% berarti hubungan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen cukup kuat dengan nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0.760 yang artinya 76% dari Pelayanan dipengaruhi oleh kualitas *Kehandalan, Berwujud, Empati, Jaminan dan Daya Tanggap*. Hasil penelitian dan pembahasan dari analisa permasalahan pada PT. RJS Cargo Service Delivery adalah faktor *Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance* yang mana secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pelayanan serta dari hasil uji regresi didapat *responsiveness* adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan di PT. RJS Cargo Service Delivery.

Kata kunci: Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan judul **“Faktor–faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Jasa pada PT. RJS Cargo Servive Delivery di Pekanbaru”**

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang peneliti miliki, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang peneliti menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec beserta staf UIN SUSKA Riau.
2. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Lusiawati, SE, MBA selaku Sekretaris Jurusan Manajemen yang banyak membantu kelancaran dalam proses penulisan.
3. Bapak Drs. Almasri, M. Si selaku pembimbing, yang telah banyak memberikan bantuan dan nasehat selama Perkuliahan dan membantu memberikan arahan serta bimbingan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah banyak memberikan ilmunya selama Perkuliahan.
5. Teristimewa buat Ayahanda Aizur dan Ibunda Syofiah (Alm), tak lupa pula Ayahanda Dahnil dan Ibunda Dahniar (Mertua) yang tak pernah lelah membina, membesarkanku dan memberikan dorongan moril, materil, dan

spiritual sehingga penulis dapat menjadi orang yang berpendidikan. Serta abangku Yahya saputra, kakakku Raudha tunnur dan juga Adikku, Ridho ramadhan, Dewi desmita, Aidil putra berserta keluarga besar. Terspesial bidadariku tercinta istriku Reni ulfia.

6. Semua pihak yang telah memberi dukungan dan motivasi dalam penyelesaian penulisan ini.
7. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.
8. Teman-teman Manajemen dan Akuntansi angkatan 2005 Muslim alzufri, Muhammad nazri, Surya maulana, Abdul razi, Marjunita, Nunun, Kak Ina, Ayu gapuak. Terima kasih atas pengalaman yang hebat selama kita kuliah bersama. Semoga suatu saat kita dapat kumpul bersama lagi
9. Terima kasih kepada Kak Diana, teman-teman dari YPPI Cendikia, teman kantor Rumah Zakat yang selalu mensupport penulis.
10. Buat terdasyat Priandoko untuk yang memberi semangat, kesabaran, kekuatan, tenaga waktunya bagi penulis.

Terakhir sebagai hamba yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, 29 Mei 2012
Penulis

Syahrir Afandi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii

BAB I: PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan	4

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Layananan	6
2.1.1.1. Pengertian Layanan	6
2.1.1.2. Dimensi Layanan	14
2.1.1.3. Pandangan Islam Tentang Pelayanan	18
2.2. kerangka Pemikiran	19
2.3. Hipotesis	19
2.4. Variabel	20
2.1. Operasional Variabel Penelitian	21

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.2. Jenis dan Sumber Data	22

3.3. Populasi dan Sampel	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data	23
3.5. Analisa Data	24
3.5.1. Uji Validitas	24
3.5.2. Uji Reliabilitas	25
3.5.3. Uji Hipotesis	25
3.5.4. Regresi Linear Berganda.....	27

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Profil dan Lokasi Perusahaan	28
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	29
4.3. Jenis Usaha dan Pelayanannya	30
4.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	30
4.4.1. Susunan Pengurus di PT. RJS <i>Cargo</i> Pekanbaru	30
4.4.2. Departemen	31
4.4.3. Divisi	32

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	33
5.1.1. Pelayanan	33
5.2. Uji Reabilitas dan Validitas.....	43
5.2.1. Uji Reabilitas.....	43
5.2.2. Uji Validitas	44
5.3. Hasil Uji Regresi Ganda.....	48
5.4. Hasil Uji F	50
5.5. Uji Secara Parsial (Uji T).....	51
5.6. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) R Square.....	54

5.7. Pembahasan	55
-----------------------	----

BAB VI: PENUTUP

6.1. Kesimpulan	57
-----------------------	----

6.2. Saran-saran	60
------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah konsumen pada PT. RJS <i>Cargo Service Delivery</i> Pekanbaru	2
2.1 Operasional Variabel Penelitian	22
5.1 Rekapitulasi jawaban tentang variabel <i>Tangible</i> (berwujud).....	34
5.2 Rekapitulasi jawaban tentang variabel <i>Emphaty</i> (empati).....	36
5.3 Rekapitulasi jawaban tentang variabel <i>Reliability</i> (kehandalan)	38
5.4 Rekapitulasi jawaban tentang variabel <i>Responsiveness</i> (daya tanggap).....	40
5.5 Rekapitulasi jawaban tentang variabel <i>Assurance</i> (jaminan)	42
5.6 Hasil Analisis Uji Reliabilitas.....	44
5.7 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel <i>Tangible</i>	45
5.8 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel <i>Emphaty</i>	45
5.9 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel <i>Reliability</i>	46
5.10 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel <i>Responsiveness</i>	46
5.11 Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel <i>Assurance</i>	47
5.12 Hasil Uji Regresi Ganda	48
5.13 Hasil Uji F	51
5.14 Koefisien Parsial Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat (Uji T)	52
5.15 Koefisien Determinasi	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang menjalankan bisnis di bidang jasa terutama jasa pengiriman barang keberhasilan dalam pencapaian labanya sangat ditentukan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Dilihat dari pesatnya perkembangan pembangunan saat ini maka akan berimbas kepada meningkatnya kebutuhan masyarakat di berbagai bidang terutama yang berada pada daerah-daerah tertentu yang belum terjangkau.

Dilihat dari keadaan geografis pulau Sumatera yang memiliki banyak pulau dan terbagi atas beberapa provinsi yang menyatukannya maka, keadaan ini menuntut adanya pelayanan jasa yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat yang ada. Pelayanan jasa ini dimanfaatkan untuk memenuhi ataupun menghubungkan pulau dan provinsi serta daerah-daerah lainnya yang juga merupakan upaya untuk memenuhi permintaan pengguna jasa yang beragam dan harus dipenuhi.

Pesatnya perkembangan di daerah Riau saat ini di berbagai sektor menjadikannya peluang bisnis *cargo* lebih terbuka. Jasa pengiriman terutama barang atau *cargo* merupakan salah satu solusi atas tantangan perkembangan saat ini, karena pengiriman dapat dilakukan melalui darat, laut dan udara baik dalam maupun luar provinsi.

Kondisi strategis Riau ini dimanfaatkan oleh PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman.

PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru salah satu kompetitor dalam dunia jasa pengiriman barang saat ini, hal tersebut dapat dilihat dari kondisi perusahaan dalam hal kehandalan (*reliability*) PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru. saat ini memberikan jaminan barang pengiriman lebih cepat sampai dengan biaya yang relatif murah serta PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru juga menawarkan beberapa keunggulan, yaitu:

1. Menjamin Pengiriman barang lebih cepat
2. Alternatif pengiriman barang dilayani dengan banyak cara seperti:
 - a. Layanan *Top Urgen* = Tiba pada hari yang sama
 - b. Layanan ONS (*Over Night Service*) = Layanan satu malam sampai
 - c. Layanan *RegulerCargo* = Kargo darat,laut dan udara.

Dilihat dari daya tanggap (*responsiveness*) PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru selalu berusaha memenuhi kebutuhan para pelanggannya hal ini dapat dilihat dari selalu mencoba melayani dan mengatasi jika ada keluhan dari pelanggan serta melayani sesuai kebutuhan pelanggannya dengan menawarkan pengangkutan / pengiriman barang berdasarkan permintaan pelanggan, membantu pelanggan dalam proses perpindahan barang dan jika dalam operasionalnya mengalami keluhan diatasi dengan cepat oleh pegawai yang telah ditunjuk perusahaan sebelumnya. Proses penjaminan (*assurance*) yang ditawarkan oleh

PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru saat ini baru sebatas ketepatan waktu dan penggantian barang jika kesalahan dilakukan oleh pihak perusahaan.

Empati (*Empathy*) di perusahaan ini dapat dilihat dari salah satu tujuan perusahaan yaitu PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru berkomitmen untuk tetap konsisten dalam menjaga serta mempertahankan profesionalisme kerja dengan siap berkompentensi serta siap belajar untuk lebih baik lagi demi tujuan memajukan kesejahteraan karyawannya dan tentunya para pelanggan.

PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru saat ini memiliki kantor yang cukup besar di jalan Melati No. 62 Sukajadi, selain kantor yang besar perusahaan ini memiliki alat transportasi pengantaran barang sebanyak dua truk ekspedisi, tiga mobil box untuk pengantaran dalam kota serta sepeda motor, perusahaan ini juga dilengkapi listrik PLN dan genset, untuk komunikasi terdapat telfon dan *faximile* semua ini adalah bagian dari gambaran wujud perusahaan (*tangible*).

Namun demikian, dalam kenyataannya masih ditemui adanya keterlambatan, kelalaian, yang terjadi dilapangan. Hal ini mengakibatkan paket barang yang seharusnya diterima menjadi tertunda. Keadaan tersebut menyebabkan kualitas pelayanan PT. RJS *Cargo Service Delivery* dimata konsumen jadi menurun dan terlihat dari menurunnya jumlah konsumen lima tahun terakhir. Seperti yang terlihat pada tabel 1.1 berikut :

**Tabel 1.1 Jumlah konsumen pada PT. RJS Cargo Service Delivery
Pekanbaru**

No	Tahun	umlah konsumen
1	2007	1890
2	2008	1450
3	2009	1200
4	2010	920
5	2011	880

Sumber : PT. RJS Pekanbaru, Tahun 2011

Dari tabel diatas dapat kita lihat pada tahun 2007 jumlah konsumen adalah 1890 dan penurunan jumlah konsumen masih terjadi hingga pada tahun 2011 hanya mencapai 880. Penurunan jumlah konsumen PT. RJS Cargo Service Delivery Pekanbaru merupakan indikator rendahnya kualitas pelayanan perusahaan sehingga perusahaan ini tidak mampu bersaing ditengah pesatnya persaingan dibidang jasa pengiriman.

PT. RJS Cargo Service Delivery Pekanbaru sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan masyarakat, pada dasarnya juga mempunyai tujuan sebagaimana layaknya perusahaan lain yaitu mendapatkan laba atau keuntungan. Apabila tujuan tersebut ingin dicapai adalah suatu keharusan bagi PT. RJS Cargo Service Delivery Pekanbaru meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar jumlah konsumen dapat meningkat.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan pada PT. RJS Cargo Delivery dengan mengambil judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PADA PT. RJS CARGO SERVICE DELIVERY PEKANBARU”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pengiriman pada PT. *RJS Cargo Service Delivery* Pekanbaru?
2. Faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi kualitas jasa peengiriman pada PT. *RJS Cargo Service Delivery* Pekanbaru?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pengiriman pada PT. *RJS Cargo Service Delivery* di Pekanbaru?
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pengiriman pada PT. *RJS Cargo Service Delivery* di Pekanbaru?

B. Manfaat Penelitian

1. Diharapkan berguna sebagai masukan bagi pimpinan maupun staf PT. *RJS CargoService Delivery* Pekanbaru demi kesuksesan selanjutnya.
2. Diharapkan berguna sebagai bahan masukan ataupun pedoman bagi pihak-pihak atau rekan-rekan mahasiswa yang melakukan penelitian lebih lanjut.
3. Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sendiri dalam penerapan disiplin ilmu yang diterima selama perkuliahan.

1.4. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini maka penulis membagi skripsi ke dalam 6 (enam) bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan disajikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bab yang menguraikan tentang teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian ini seperti, pengertian pelayanan, indikator dan dimensi layanan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini bagian yang menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan bab yang menyimpulkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari karakteristik responden dan analisis hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan beserta saran dan hasil penelitian yang telah dilakukan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Layanan

2.1.1.1 Pengertian Layanan

Pelayanan merupakan penunjang suatu produk sekaligus dapat dilihat sebagai pusat keseluruhan paket produksi untuk memenuhi kebutuhan selera pelanggannya. Perusahaan yang menganut konsep layanan jelas mengorientasikan diri pada pelanggan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Perusahaan menetapkan pelayanan sebagai tujuan perusahaan berdasarkan pemikiran bahwa pelanggan lebih berminat menginginkan penjelasan. Dalam konteks ini penjualan produk yang luas harus berdasarkan dengan penyediaan jasa termasuk layanan. Membedakan *service* (pelayanan) dalam marketing menjadi empat macam sebagai berikut :

- a. Layanan itu sendiri sebagai produk jasa artinya kita harus mampu menganggap pelayanan yang kita jual tersebut sebagai produk yang tersediri dari berbagai elemen
- b. *In Sales Service* Artinya pelayanan yang diberikan pada waktu penjualan sedang berlangsung.
- c. *After Sales Service* yang disebut “layanan purna jual”
- d. *Before Sales Service* (Gasper, 2002: 23)

Pelayanan itu sendiri dapat didefinisikan sebagai berikut : pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang

dengan landasan faktor material melalui sistem prosedural dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya.

Jadi dengan demikian tujuan dari bisnis atau perusahaan menciptakan mempertahankan langganan, untuk dapat terciptanya hal tersebut faktor yang menentukan disini adalah pelayanan. (Munir, 2002: 26)

Suatu perusahaan harus melakukan usaha-usaha untuk mempertahankan keadaan tersebut, mungkin saja dalam kurun waktu yang begitu lama keadaan tersebut dapat berubah. Hal ini disebabkan karena adanya usaha-usaha dipihak pesaing atau perusahaan lain yang berusaha merebut pasar yang baik itu. (Radius sudut, 2003: 319)

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan penunjang pemasaran suatu perusahaan dalam rangka mempertahankan dan memenangkan persaingan. Apabila pelayanan diabaikan dalam kegiatan pemasaran bisa menimbulkan rasa tidak puas pihak langganan dan ini akan merugikan pihak perusahaan. (Tjiptono, 2001: 145).

Persaingan yang ada dalam masyarakat usaha tidak hanya pada segi mutu dan jumlah tetapi juga dalam hal layanan, yang mana persaingan semakin seru dan memuaskan (Munir, 2002: 13).

Untuk memasarkan produk yang bersifat jasa maka unsur pelayanan kepada konsumen memegang peranan penting karena produk yang bersifat jasa tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan. Apabila unsur ini diabaikan berarti telah menghilangkan sifat dasar yang mendukung program pemasaran jasa, secara

umum pelayanan merupakan kerja yang dilakukan untuk memberi manfaat bagi yang lainnya (Drucker, 2005: 33).

Beranjak dari suatu ungkapan “kalau anda tidak dapat tersenyum anda jangan membuka toko” sebagian orang telah lupa dengan bagaimana cara tersenyum, dikarenakan mereka jarang melakukannya. Para karyawan yang bertugas memberikan pelayanan mesti berlatih tersenyum. Karena itu latihan otot-otot senyum anda agar sewaktu-waktu diperlukan, tidak peduli apakah punya selera untuk senyum atau tidak bisa menyuguhkan senyuman yang menyenangkan. Senyum ini dibutuhkan untuk menyambut kedatangan konsumen. Ungkapan ini hanya sekedar mengingatkan betapa pentingnya suatu pelayanan (Hopkins, 2001: 122).

Menurut Tjipotono (dalam Mellyana, 2006: 10) Pelayanan adalah tindakan dari suatu pihak ke pihak yang lain dalam memenuhi kebutuhan pihak yang lain dalam pembelian produk. Penggunaan pelayanan jasa pada masyarakat dirasa sangat perlu karena semua kegiatan untuk mendapatkan hasil yang baik adalah dengan melakukan pelayanan yang baik sehingga akan terjadi interaksi antara kedua belah pihak yang saling membutuhkan.

Pengaplikasian dari jasa pelayanan sangat besar pengaruhnya dalam persaingan usaha apapun, sehingga hal ini menuntut keterampilan dan penanganan yang khusus serta professional Menurut Sumarni (dalam Afni, 2005: 23). Tujuan pelayanan untuk mendapatkan kepuasan konsumen pada akhirnya merupakan suatu misi akhir dari segala macam tujuan usaha.

Menurut Umar, (2003: 90) adapun yang dimaksud dengan pelayanan jasa adalah:

- a. Jasa merupakan proses kegiatan yang dilakukan suatu pihak untuk kepentingan pihak lainnya guna mendapatkan suatu kegunaan yang ingin dicapai.
- b. Jasa itu tidak terbentuk dari suatu materi dan tidak mempunyai hak kepemilikan, tetapi suatu hal yang dapat dirasakan keberadaannya.

Penerapan pelayanan dalam menarik konsumen sangat berhubungan erat dengan rencana pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk selalu menjadi pelayanan ramah bagi konsumennya. Dalam kaitannya dengan permintaan jasa, maka pada dasarnya permintaan barang juga sama dengan permintaan jasa yang berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula seseorang yang memilikinya (Kottler, 2007: 152).

Peningkatan pelayanan memperhatikan kategori yang beragam, proyek yang dipicu oleh peningkatan pelayanan dipilih guna memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap bisnis para pelanggannya. Pelayanan yang ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karyawan atau pimpinan (Bonar, 2001: 211).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain : mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualannya, pelayanan setelah penjualan (rangkuty, 2003:15)

- a. Produk

Pelanggan puas setelah membeli dan mengguna ternyata kualitas baik.

b. Kualitas pelayanan

Bergantung pada 3 hal, yaitu sistem teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi terbesar. Salah satu konsep *service quality* manajemen yaitu mempunyai lima dimensi yaitu: *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*.

c. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena mereka mendapatkan *value of money* yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

d. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan merasa semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan yaitu untuk mendapatkan jasa tersebut.

Menurut M. Suyanto (dalam Mellyana, 2006: 11) sektor bidang jasa terdiri atas dua macam, yaitu:

1. Produk jasa

Yang dimaksud dengan pelayanan produk adalah:

- a) Suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh pihak penjual yang memberikan sesuatu keuntungan tertentu pada pembelinya.
- b) Pelayanan produk mempunyai ciri-ciri seperti tidak berwujud tak dapat dipisahkan, tak ada hak kepemilikan dan tidak bermerek.

2. Fasilitas jasa

Fasilitas jasa merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk meningkatkan nilai pelayanan jasa yang dilakukan. Dalam bidang pemasaran masalah pelayanan jasa adalah merupakan hal yang penting karena menyangkut pencapaian tujuan akhir dari pelaksanaan pemasaran jasa yaitu mencapai tingkat kepuasan pelanggan, dengan mengandalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepadanya.

Menurut Tjiptono, (2001 : 142) ada macam-macam karakteristik pelayanan merupakan pengertian dasar dari apa yang disebut jasa dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Tak berwujud

Pelayanan adalah suatu hasil yang tak dapat dilihat, secara tak berbentuk nyata tetapi dapat dirasakan hasilnya. Hal ini merupakan ciri yang khas dari jasa dan pelaksanaannya dapat menggunakan suatu media, tergantung dari pelayanan jasa yang akan dilakukan terhadap konsumen agar tertarik pada suatu hal yang ditawarkan.

Menurut Kotler, (2007: 120) ada beberapa hal yang harus diperhatikan bila ingin pelanggan tertarik pada apa yang kita tawarkan, yaitu:

1. Tempat
2. Karyawan
3. Peralatan
4. Alat komunikasi
5. Harga

b. Tak dapat dipisahkan

Pelayanan itu sendiri tidak dapat dipisahkan dari elemen-elemen yang berbentuk yaitu objek yang dapat membuat terciptanya pelayanan tersebut.

c. Kurangnya daya tahan

Dalam bidang pelayanan jasa, masalah yang timbul di dalam mempertahankan ketahanan bentuk pelayanan yang diberikan terhadap suatu keadaan untuk dapat mencapai tujuan yang direncanakan sangat sulit karena lingkungan menurut adanya perubahan-perubahan yang terjadi dengan penambahan kualitas pelayanan yang cenderung meningkat. Hubungannya dengan fluktuasi permintaan sangatlah tergantung dari pelayanan itu sendiri, secara jelas dinyatakan bahwa semakin giat dilakukan peningkatan pelayanan jasa terhadap konsumen maka kemungkinan peningkatan dalam permintaan jasa akan meningkat dengan baik pula.

d. Bervariasi

Ada kalanya sistem yang digunakan tidak dapat menjalankan pelayanan secara penuh dikarenakan ketidak jelasan dari sistem pemasaran jasa yang ada dilingkungan tersebut sehingga dapat dilakukan dengan penyesuaian produk jasa yang ditawarkan dengan lingkungan sekitarnya, sehingga terlihat bahwa adanya suatu persamaan persepsi mengenai hal tersebut.

Kesemua sifat tersebut harus diperhatikan dengan sebaik mungkin agar semua kegiatan yang dilakukan dapat berdasarkan pandangan yang benar dan

jangan sampai terjadi salah pengertian dalam melaksanakan hal yang mungkin dapat merugikan para pelaku jasa.

Dari sifat-sifat jasa tadi terbentuk suatu keadaan lingkungan yang beraneka ragam model jasa, dilihat dari segi konsentrasi jasa dalam proses penyampaiannya pada konsumen yang membutuhkan. Keadaan ini terbentuk dengan sendirinya menurut lingkungan masyarakat yang ada disekelilingnya, untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan akan dinilai sendiri oleh pengguna jasa tersebut.

Menurut Alma (dalam Afni, 2005: 17) arti dari pelayanan ini meliputi dari segala apa yang dapat membuat para pelanggan senang dan tertarik pada perusahaan bersangkutan. Dalam hal ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Menerima konsumen dengan ramah dan memperlakukan seperti seseorang yang terhormat.
2. Menghormati tiap kepentingan dan ditanggapi dengan serius dan turut menyumbangkan pemikiran untuk pemecahannya, dimana perlu dengan bantuan-bantuan yang nyata.
3. Dan bentuk-bentuk pelayanan lainnya yang dapat mendekatkan hubungan antara konsumen dengan perusahaan.

Pelayanan merupakan hal yang mutlak diutamakan agar konsumen dapat dan menikmati manfaat produk atau jasa yang dibelinya.

Dalam pemberian jasa yang dilakukan suatu perusahaan baru dapat berhasil apabila konsumen memakai jasa tersebut puas dengan apa yang diterimanya.

Berarti pelayanan atau service yang diberikan harus pula sesuai dengan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Swastha dan Irawan (dalam Mellyana, 2006: 15), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan bagi perusahaan jasa penerima dalam pelayanan antara lain :

1. Kecepatan dan kecakapan dalam melayani calon konsumen.
2. Ketepatan jadwal pengiriman.
3. Keramah-tamahan para agen dalam melayani calon konsumen.
4. Keamanan barang yang dikirim selalu terjamin.

Menurut Bonar (2001 : 30), berbagai macam pelayanan dapat diberikan agar pelanggan merasa puas, antara lain :

1. Bantuan Personal, berupa konsultasi gratis atau kursus dalam penggunaan produk dan sebagainya.
2. Memberikan kesenangan dan kenyamanan pembeli.

Pada hakekatnya menjual produk jasa adalah melayani langganannya dengan mencari apa yang diinginkan oleh langganannya, sebab setiap pemakai jasa selalu mengharapkan kepuasan atau mutu pelayanan dan service yang memuaskan tersebut.

Jadi untuk memasarkan produk yang bersifat jasa maka unsur pelayanan kepada konsumen memegang peranan yang sangat penting, karena produk bersifat jasa tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan.

2.1.1.2. Dimensi layanan

Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 18) melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis industri jasa. Sebelum mengelompokkan ke dalam lima dimensi, peneliti ini berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor yang dinilai konsumen dan merupakan faktor utama yang menentukan pelayanan atau jasa, yaitu: *access, communication, competence, courtesy, credibility, reliability, responsiveness, security, understanding, dan tangible* (Munir, 2002: 67).

Selanjutnya Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 18) melakukan kembali penelitian pada kelompok fokus, baik pengguna maupun penyedia jasa. Akhirnya ditemukan hasil, bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *communication, courtesy, credibility, dan security* yang kemudian dikelompokkan menjadi satu dimensi yaitu *assurance*. Demikian pula halnya mereka menemukan hubungan yang kuat antara *access* dan *understanding* yang kemudian digabung menjadi dimensi *emphaty*. Akhirnya Parasuraman mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah:

a. *Reliability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan. Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 19).

Adapun atribut-atribut yang berada dalam dimensi ini antara lain adalah :

1. Memberikan pelayanan sesuai janji

2. Pertanggung jawaban tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan
3. Memberi pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen
4. Memberikan pelayanan tepat waktu
5. Memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan.

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang tidak jelas, akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 20). Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

1. Memberikan pelayanan yang cepat
2. Kerelaan untuk membantu konsumen
3. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para konsumen

c. *Assurance* (Jaminan)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 20). Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

1. Karyawan yang memberi jaminan berupa kepercayaan diri kepada konsumen
2. Membuat konsumen merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan
3. Karyawan yang sopan
4. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari konsumen.

d. *Emphaty* (Empati)

Meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 21). Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

1. Memberikan perhatian individu kepada konsumen
2. Karyawan yang mengerti keinginan dari para konsumennya

e. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Menurut Parasuraman (dalam Mellyana, 2006: 21). Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

1. Peralatan yang modern
2. Fasilitas yang menarik

Dimensi yang telah dikemukakan oleh Parasuraman tersebut berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan

mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan yang kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Lima dimensi pokok yang harus dikaji dalam menentukan kualitas pelayanan (Rangkuti, 2003:18).

a. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat, tepat dan terpercaya dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang perlu diperhatikan adalah: cepat, tanggap, akurat

b. Jaminan (*Assurance*)

Membuat konsumen aman dan terbebas dari bahaya.

c. Daya tanggap (*responsiveness*)

Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau memberikan pelayanan dengan pelanggan dengan tanggap.

d. Empati (*emphaty*)

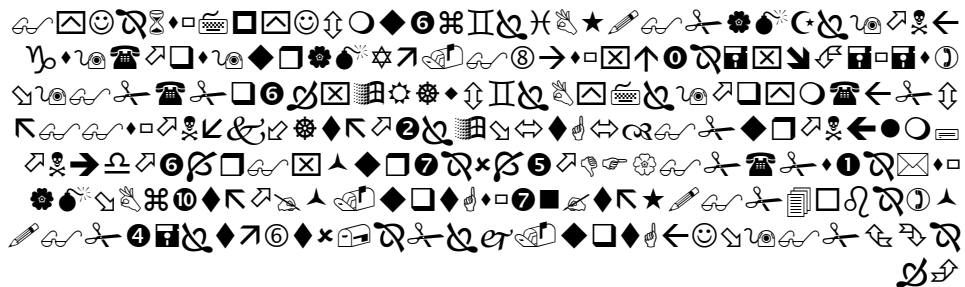
Syarat untuk peduli untuk memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Kemampuan pihak perusahaan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan merupakan suatu nilai tambah bagi perusahaan tersebut, diman apihak perusahaan dapat mengerti dan menganalisa kebutuhan serta keinginan pelanggan.

e. Berwujud (*tangible*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan , personil dan media komunikasi.

2.1.1.3. Pandangan Islam Tentang Pelayanan

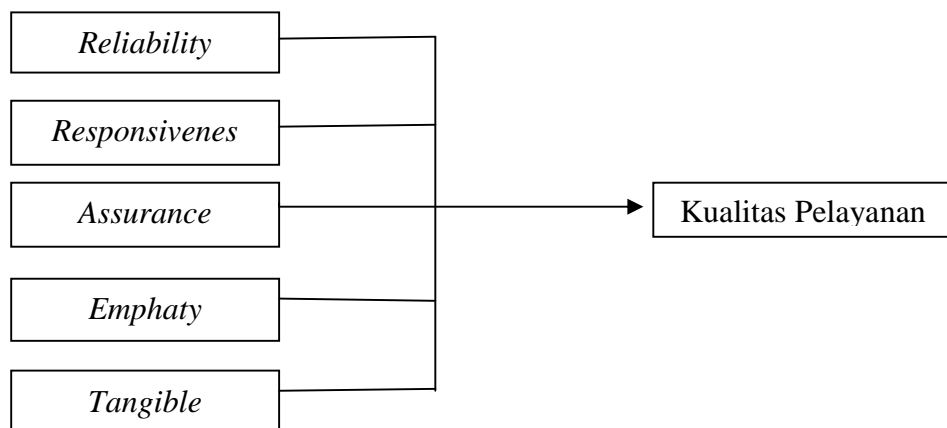
Allah SWT berfirman :



Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan bagi mereka dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadanya. (Al-Imran : 159)

Orang mukmin itu lemah lembut akhlaknya, baik hatinya, bersih jiwanya, santun pergaulannya, lembut perkataannya, tidak membuat permusuhan, tidak mencari-cari kekeliruan mereka, tidak bergembira dengan kecelakaan mereka.

2.2. Kerangka Pemikiran



2.3. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan telaah pustaka yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengambil hipotesa sebagai berikut : "Diduga faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pengiriman pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* dipengaruhi oleh : *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible*.

2.4. Variabel

Yaitu pelaksanaan pelayanan jasa pengiriman PT. RJS *Cargo Service Delivery* yang diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut :

- a. *Reliability* (Kehandalan)
- b. *Responsiveness* (Daya tanggap)
- c. *Assurance* (Jaminan)
- d. *Emphaty* (Empati)
- e. *Tangible* (Berwujud)

Untuk menjawab permasalahan diatas, variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini bebas atau independen adalah *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible* Sedangkan variabel terikat atau dependen yaitu kualitas pelayanan.

Rancangan operasional variabel ini, yang meliputi variabel, sub-variabel, konsep variabel, indikator pengukuran dan satuan ukuran yang didasarkan atas teori Geoffrey G. Meredith, et.al.

Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel tersebut dapat dilihat pada

tabel berikut ini :

Tabel 2.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Sub-Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran
Kualitas layanan	Reliability	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu.	-komitmen -layanan yang baik -informasi -pencatatan	-Tingkat komitmen -Tingkat informasi -Tingkat kesan pertama. -pencatatan
	Responsiveness	Kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.	-Siap -Tanggap -kerelaan	-Tingkat kesiapan -Tingkat ketanggapan pada konsumen -Tingkat kerelaan menolong konsumen
	Assurance	Membuat konsumen aman dan terbebas dari bahaya dan resiko.	-kepercayaan -sopan -kemampuan -pengetahuan	-Tingkat kepercayaan -Tingkat kemampuan melayani konsumen -Tingkat pengetahuan pada hal yang dibutuhkan konsumen
	Emphaty	Memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen.	-Komunikasi -Kemudahan -Perhatian	Tingkat komunikasi yang baik -Tingkat perhatian -Tingkat kemudahan
	Tangible	Segala sesuatu yang dapat dan harus ada dalam proses jasa	-Perlengkapan -Sarana -Fasilitas fisik	-ketersediaan perlengkapan -Tingkat sarana -ketersediaan fasilitas

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang dijadikan objek penelitian karya ilmiah ini adalah pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru yang beralamat Jalan Melati No. 62 Sujakadi Pekanbaru-Riau dan waktu penelitian dari bulan Februari sampai dengan selesai.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang penulis perlukan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Yaitu data yang belum dipilih, diperoleh langsung dari objek penelitian seperti data yang diperoleh dari jawaban responden atau Kuesioner/ angket yang disebarakan.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang penulis peroleh dari perusahaan baik pimpinan maupun staf yang berhubungan dengan masalah yang sedang penulis peneliti.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang kita ambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian.

Populasi dalam penelitian adalah pelanggan dari PT RJS *Cargo Delivery* pada tahun 2011 sebanyak 880. Rumus untuk menghitung populasi dan sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, Husein, 2004 : 154)

$$n1 = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n1 : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi

e : % Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan yang masih dapat ditolerir sebanyak 10%

$$n1 = \frac{880}{1 + 880 (10\%)^2}$$

$$= \frac{880}{1 + 880 (0,1)^2}$$

$$= \frac{880}{1 + 880 (0,01)}$$

$$= \frac{880}{9,8}$$

$$= 89,79 \text{ maka, dibulatkan menjadi } 90 \text{ responden.}$$

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis pakai dalam penulisan karya ilmiah ini adalah :

a. *Interview*

Yaitu melakukan wawancara langsung dengan pihak pimpinan perusahaan tentang pengiriman pelayanan paket express dari beberapa karyawan.

b. *Questioner*

Yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dan disebarakan kepada obyek peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih baik.

3.5. Analisa Data

Setelah data yang relevan dikumpulkan, kemudian data-data tersebut diolah. Dalam penyusunan pembahasan laporan penelitian ini penulis menggunakan metode *deskriptif kuantitatif*. Metode *deskriptif* adalah suatu cara penganalisaan dan disusun secara sedemikian rupa sehingga dapat diteliti dengan mendasarkan kepada teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan disajikan dalam bentuk laporan penelitian.

3.5.1. Uji Validitas

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (kuesioner) suatu indikator penelitian yang mana dapat digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner di katakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu pengungkapan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabildari waktu ke waktu. (Santoso 2001: 270)

Uji reliabilitas atau keandalan suatu instrument penelitian (kuesioner) ini perlu dilakukan pengujian awal suatu analisis sebelum dilakukan pengujian selanjutnya. Tujuannya adalah untuk menunjukkan konsistensi dari jawaban-

jawaban responden terhadap kuesioner yang diajukan, karena apabila dari uji reliabilitas ini menunjukkan tingkat konsistensi rendah maka kemungkinannya adalah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tidak dipahami oleh responden sehingga bila diajukan pada waktu yang berbeda, jawabannya pun akan berbeda. Penentuan reliabel atau tidaknya suatu instrument penelitian dapat di lihat dari nilai alpha dan r tabelnya. Apabila nilai alpha $>0,5$ maka instrument penelitian tersebut dikatakan reliabel artinya alat ukur yang gunakan adalah benar.

3.5.3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah variabel independent yang terdapat dalam persamaan terdapat secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji T dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada tingkat signifikan 5%.

(Mangjuadjo, 2004)

b. Uji F (Simultan)

Digunakan untuk menguji apakah semua variabel secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan cara :

1. Membendingkan F rasio deangan F tabel, yaitu apabila F rasio lebih besar dari pada F tabel ($F \text{ rasio} > F \text{ tabel}$) berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel tidak bebas, tetapi apabila F rasio lebih kecil dari pada F

tabel ($F \text{ rasio} < F \text{ tabel}$) berarti variabel bebas tidak berpengaruh secara nyata terhadap variabel tidak bebas.

2. Besarnya koefisien determinasi (R^2) terhadap variabel bebas. Syarat determinasi (R^2) dikatakan kuat atau lemah yaitu apabila (R^2) mendekati angka 1, maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak (bersama-sama) dianggap kuat apabila (R^2) mendekati nol maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah (**Mangkuadjo, 2004**)

Didalam pengukuran masing-masing variabel, penulis membuat suatu daftar pertanyaan nantinya yang akan dijawab oleh responden. Karena semua jawaban yang diberikan oleh responden bersifat kualitatif, maka jawaban yang berukuran ordinal tersebut diberi skala sehingga menjadi data-data yang berukuran interval. Kategori yang digunakan berdasarkan skala *likert*, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai jawaban seperti dibawah ini : **Azwar (2009 : 97)**

1. Untuk alternatif jawaban (SS) diberi skor 5
2. Untuk alternatif jawaban (S) diberi skor 4
3. Untuk alternatif jawaban (RR) diberi skor 3
4. Untuk alternatif jawaban (TS) diberi skor 2
5. Untuk alternatif jawaban (STS) diberi skor 1

Keterangan :

1. SS : Sangat setuju

2. S : Setuju
3. RR : Ragu-ragu
4. TS : Tidak setuju
5. STS : Sangat tidak setuju

Untuk membantu dalam pengolahan data tersebut digunakan program komputer yaitu program SPSS (*statistic for product and service solution*)

3.5.4. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi yang melibatkan hubungan antara satu variabel tak bebas (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas.

Bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

y = variabel terikat

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁, X₂ = variabel bebas

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Profil dan Lokasi Perusahaan

Perusahaan PT. RJS *Cargo* adalah merupakan suatu perusahaan yang melaksanakan usaha dalam bidang jasa pengiriman barang, paket dan dokumen.

Perusahaan tersebut melayani pengiriman barang melalui darat, laut dan udara baik dikota Pekanbaru maupun diluar kota serta antar pulau baik dalam maupun luar negeri.

PT. RJS *Cargo* yang awal berdirinya bernama CV. Riau Jasa Antaran Sejahtera *Cargo* didirikan oleh Bapak Harun padakisaran tahun 2002, dikota Pekanbaru dalam perkembangannya CV ini berubah menjadi PT pada tahun 2010 dan dimiliki oleh dua orang pemilik modal yaitu Bapak Harun dan Bapak M. Sembiring yang mana Bapak M. Sembiring menjabat sebagai *Commisioner* dan Bapak Harun sebagai *CEO*. PT. RJS *Cargo* ini beralamat di Jalan Melati No. 62 Sukajadi Pekanbaru.

Menurut sejarahnya, pada mula berdirinya perusahaan PT. RJS *Cargo* ini memulai pengiriman barang melalui jalur angkutan laut khusus untuk pengiriman keluar Pulau Sumatera dan melalui angkutan darat untuk pengiriman antar kota di Pulau Sumatera.

Susunan dari pada pengurus saat ini yang menjalankan perusahaan PT. RJS *Cargo* Pekanbaru adalah sebagai berikut :

- *Owners* : Harun dan M. Sembiring
- *Commisioner* : M. Sembiring
- *CEO* : Harun
- *Vice CEO* : Ivan Alfianto
- *Manager of Operasional* : Syafrizal
- *Manager of finance* : Marisi simorangkir
- *Humas* : M. Simbiring
- *Leader of Marketing* : Totong
- *SpV. Information and Technology* : Andreas sinuraya
- *Cashier* : Rikia susilowati
- *Staff Accounting* : Evi
- *Staff HRD* : Zakia
- *Customer service* : Rahmawati
- *Collector* : Suhendri

Selain dari pengurus saat ini PT. RJS *Cargo* dibantu oleh 3 buah seksi atau bagian yang memiliki jumlah anggota yang berbeda-beda. Untuk lebih jelasnya dibawah ini akan diterangkan satu persatu dalam pembagian tugas, fungsi, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing personil yang terlibat dalam kegiatan perusahaan tersebut.

4.2. Visi dan Misi Perusahaan

Kami bertekad menjadi pusat pelayanan jasa pengiriman barang serta paket dan dokumen yang handal dan dapat dipercaya khususnya dibidang kurir dan kargo baik domestik maupun internasional dengan mengutamakan kepuasan

pelanggan melalui teknologi informasi dan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan motto "On Time Delivery".

4.3. Jenis Usaha dan Pelayanannya

PT. RJS Cargo adalah perusahaan jasa pengangkutan/transportasi yang dapat membantu proses perpindahan barang maupun pengiriman dokumen serta paket baik antar wilayah maupun lintas wilayah melalui jalur darat , laut, dan udara.

Jenis – jenis produk jasa yang dapat dilayani antara lain :

1. Pengangkutan/pengiriman barang berdasarkan kuantitas jumlah atau nilai kesemua wilayah domestik maupun internasional.
2. Membantu pelanggan dalam proses perpindahan barang baik pribadi maupun kantor melalui darat, laut dan udara.
3. Melayani pengepakan barang dengan penerapan standar reular dan eksklusif untuk tujuan domestik maupun internasional.
4. Melayani pelanggan pelanggan yang ingin mengirimkan dokumen-dokumen atau surat-surat penting kesemua wilayah tujuan baik domestik maupun internasional.

4.4. Sruktur Organisasi Perusahaan

4.4.1. Susunan Pengurus di PT. RJS Cargo Pekanbaru :

- *Owners* : Harun dan M. Sembiring
- *Commisioner* : M. Sembiring
- *CEO* : Harun
- *Vice CEO* : Ivan Alfianto

- *Manager of Operasional* : Syafrizal
- *Manager of finance* : Marisi simorangkir
- *Humas* : M. Simbiring
- *Leader of Marketing* : Totong
- *SpV. Information and Technology* : Andreas sinuraya
- *Cashier* : Rikia susilowati
- *Staff Accounting* : Evi
- *Staff HRD* : Zakia
- *Customer service* : Rahmawati
- *Collector* : Suhendri

Selain dari pengurus saat ini PT. RJS *Cargo* dibantu oleh 3 buah seksi atau bagian yang memiliki jumlah anggota yang berbeda-beda. Untuk lebih jelasnya dibawah ini akan diterangkan satu persatu dalam pembagian tugas, fungsi, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing personil yang terlibat dalam kegiatan perusahaan tersebut.

4.4.2. Departemen

PT. RJS *Cargo* memiliki 5 (lima) departemen yaitu : Departemen operasional, departemen pemasaran, departemen keuangan dan akuntan, departemen teknologi dan informasi, dan departemen personalia yang masing-masing departemen dipimpin oleh seorang *manager*. Setiap departemen memiliki *job desk* masing-masing tetapi saling terkait dalam pelaksanaan sehari-hari.

4.4.3. Divisi

PT. RJS *Cargo* memiliki 3(tiga) divisi yaitu : divisi darat, divisi laut dan divisi udara yang masing-masing divisi dipimpin oleh seorang staf. Divisi-divisi ini bertanggung jawab dalam pelaksanaan operasional sehari-hari dan memberikan laporan kerja setiap harinya kepada masing-masing *manager* yang membawahnya.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian pada bab-bab terdahulu, maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan jasa pengiriman pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru serta faktor-faktor yang paling mempengaruhi kualitas jasa pengiriman pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru dengan penilaian terhadap (*Tangible, Emphaty, Responsiveness, Reliability and Assurance*).

Untuk mengetahui lebih dekat, bagaimana penerapan dan kualitas pelayanan jasa yang di berikan oleh PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru dapat kita lihat dari tanggapan responden terhadap kelima variabel tersebut di atas. Tanggapan ini berupa jawaban responden melalui kuesioner dan wawancara yang penulis lakukan terhadap jawaban responden tersebut.

5.1.1. Pelayanan

1. Variabel *Tangible* (berwujud)

Kondisi sarana dan prasarana sangat berpengaruh terhadap kualitas jasa yang di berikan terhadap responden. Bukti langsung dalam pelayanan pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* yaitu dapat diketahui dari fasilitas fisik yang diantaranya peralatan

yang ada di PT. *Cargo Service Delivery*, seperti peralatan, bangunan, gudang dan lainnya. Peralatan dapat dilihat yaitu:

1. Peralatan pada PT. *Cargo Service Delivery*
 - a. Listrik (PLN dan Genset)
 - b. Telekomunikasi (*telephone dan faximile*)
 - c. Transportasi (mobil dan motor)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai variabel *Tangible* (berwujud), dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.1: Rekapitulasi jawaban tentang variabel *Tangible* (berwujud)

No.	Indikator	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	PT. RJS <i>Cargo Service Delivery</i> memiliki peralatan yang berpenampilan modern	43	20	16	11	-	90
2	Fasilitas fisik PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> menarik secara visual	18	38	17	8	9	90
3	Karyawan PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> berpenampilan rapi dan menarik	20	38	23	9	-	90
4	Materi-materi berkaitan dengan layanan PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> (seperti pamplet) menarik secara visual	20	26	29	9	6	90

Sumber : Data Olahan Tahun 2012

Dari Tabel 5.1 dapat dilihat hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang pertama bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 43 responden atau 43%, setuju ada 20 responden atau 20% , ragu-ragu ada 16 responden

atau 16%, sedangkan tidak setuju ada 11 responden atau 11%, dan sangat tidak setuju tidak ada. Pertanyaan yang kedua bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 18 responden atau 18% , setuju ada 38 responden atau 38%, ragu-ragu ada 17 responden atau 17%, sedangkan tidak setuju ada 8 responden atau 8%, dan sangat tidak setuju ada 9 responden atau 9%. Pertanyaan yang ketiga bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 20 responden atau 20% , setuju ada 38 responden atau 38%, ragu-ragu ada 23 responden atau 23%, sedangkan sangat tidak setuju ada 9 responden atau 9%, dan sangat tidak setuju tidak ada. Pertanyaan yang ke empat bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 20 responden atau 20%, setuju ada 26 responden atau 26%, ragu-ragu ada 29 responden atau 29%, sedangkan tidak setuju ada 9 responden atau 9%, dan sangat tidak setuju ada 6 responden atau 6%. Jadi kesimpulan dari hasil variabel *Tangible* (berwujud) menyatakan bahwa responden sangat setuju dan setuju ada lebih dari 40 % mengenai pernyataan PT. RJS *Cargo Service Delivery* memiliki peralatan yang modern, fasilitas fisik menarik secara visual, karyawan berpenampilan rapi dan menarik, materi-materi berkaitan dengan layanan menarik secara visual.

2. Variabel *Emphaty* (empati)

Salah satu unsur pelayanan yang baik, empati meliputi kesiapan PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru dalam mengatasi keluhan-keluhan pelanggan, perhatian perusahaan terhadap keinginan pelanggan PT.RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru, kepedulian perusahaan terhadap keluhan-keluhan pelanggan dan keterampilan perusahaan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.

Indikator variabel *emphaty* pada PT.RJS *Cargo Service Delivery* meliputi kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan keluhan setiap pelanggan, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi kepada pelanggan. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang variabel *Emphaty* (empati), dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 5.2: Rekapitulasi jawaban tentang variabel *Emphaty* (empati)

No.	Indikator	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> memberikan perhatian individual kepada anda	18	41	10	18	3	90
2	PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada anda	25	26	10	21	7	90
3	PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> memiliki jam operasi yang nyaman bagi semua pelanggan	18	24	37	9	2	90
4	PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> selalu mengutamakan kepentingan para pelanggan	11	34	38	2	5	90

Sumber : Data Olahan Tahun 2012

Dari Tabel 5.2 dapat dilihat hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang pertama bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 18 responden atau 18%, setuju ada 41 responden atau 41%, ragu-ragu ada 10 responden atau 10%, sedangkan tidak setuju ada 18 responden atau 18%, dan sangat tidak setuju ada 3 responden atau 3%. Pertanyaan yang kedua bahwa dari 90 responden yang

menyatakan sangat setuju ada 25 responden atau 25 %, setuju ada 26 responden atau 26%, ragu-ragu ada 10 responden atau 10%, sedangkan tidak setuju ada 21 responden atau 21%, dan sangat tidak setuju ada 7 responden atau 7%. Pertanyaan yang ketiga bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 18 responden atau 18%, setuju ada 24 responden atau 24%, ragu-ragu ada 37 responden atau 37%, sedangkan sangat tidak setuju ada 9 responden atau 9%, dan sangat tidak setuju ada 2 responden atau 2%. Pertanyaan yang ke empat bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 11 responden atau 11%, setuju ada 34 responden atau 34%, ragu-ragu ada 38 responden atau 38%, sedangkan tidak setuju ada 2 responden atau 2%, dan sangat tidak setuju ada 5 responden atau 5%. Jadi kesimpulan dari hasil variabel *Emphaty* (empati) menyatakan bahwa responden setuju dan sangat setuju ada 40 % mengenai pernyataan PT. RJS *Cargo Service Delivery* memberikan perhatian individual, memiliki karyawan yang memberi perhatian, memiliki jam operasi yang nyaman, mengutamakan kepentingan pelanggan.

3. Variabel *Reliability* (kehandalan)

Keandalan yang dimaksud pada pelayanan di PT.RJS *Cargo Service Delivery* meliputi kecepatan dalam melaksanakan tugas, kemudahan memperoleh pelayanan, kesediaan tenaga dalam memberikan pelayanan saat di butuhkan.

Indikator variabel keandalan pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* meliputi pelayanan yang diberikan, ketepatan waktu, pelayanan kecepatan yang dijanjikan, pelayanan kunjungan yang tepat, jawaban pelayanan yang tepat dan tidak berbelit-

belit. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang variabel *Reliability* (kehandalan), dapat di lihat pada tabel beriku ini :

Tabel 5.3: Rekapitulasi jawaban tentang variabel *Reliability* (kehandalan)

No.	Indikator	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Bila PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> berjanji dalam melakukan sesuatu pada waktu tertentu, maka akan selalu menepatinya	29	44	13	4	-	90
2	Saat anda memiliki masalah, PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> sungguh-sungguh memecahkannya	24	45	15	6	-	90
3	PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> selalu memberikan layanan secara tepat sejak awal	10	33	32	7	8	90
4	PT.RJS <i>Cargo Service Delivery</i> selalu mengupayakan catatan yang bebas dari kesalahan	14	36	32	5	3	90

Sumber : Data Olahan Tahun 2012

Dari Tabel 5.3 dapat dilihat hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang pertama bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 29 responden atau 29%, setuju ada 44 responden atau 44%, ragu-ragu ada 13 responden atau 13%, sedangkan tidak setuju ada 4 responden atau 4%, dan sangat tidak setuju tidak ada. Pertanyaan yang kedua bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 24 responden atau 24%, setuju ada 45 responden atau 45%, ragu-ragu ada 15 responden atau 15 %, sedangkan tidak setuju ada 6 responden atau 6%, dan sangat

tidak setuju tidak ada. Pertanyaan yang ketiga bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 10 responden atau 10%, setuju ada 33 responden atau 33%, ragu-ragu ada 32 responden atau 32%, sedangkan tidak setuju ada 7 responden atau 7%, dan sangat tidak setuju ada 8 responden atau 8%. Pertanyaan yang ke empat bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 14 responden atau 14%, setuju ada 36 responden atau 36%, ragu-ragu ada 32 responden atau 32%, sedangkan tidak setuju ada 5 responden atau 5%, dan sangat tidak setuju ada 3 responden atau 3%. Jadi kesimpulan dari hasil variabel *Reliability* (kehandalan) menyatakan bahwa responden sangat setuju dan setuju ada lebih dari 40 % mengenai pernyataan PT.RJS *Cargo Service Delivery* berjanji melakukan sesuatu pada waktu tertentu maka akan selalu menepatinya, membantu dalam menyelesaikan masalah, memberikan layanan secara tepat sejak awal, mengupayakan catatan yang bebas dari kesalahan.

4. Variabel *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap yang dimaksud dalam pelayanan adalah kemampuan karyawan PT.RJS *Cargo Service Delivery* dalam melayani atau memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Indikator variabel *responsiveness* pada PT.RJS *Cargo Service Delivery* meliputi kesabaran, kecepatan dalam memberikan pelayanan, pelayanan yang sesuai keinginan responden, mengatasi keluhan responden dengan cepat, membantu mengatasi permasalahan pelanggan. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang variabel *Responsiveness* (daya tanggap) dapat di lihat di tabel berikut

Tabel 5.4: Rekapitulasi jawaban tentang variabel *Responsiveness* (daya tanggap)

No.	Indikator	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Karyawan pada PT.RJS Cargo Service Delivery selalu memberi tahu anda kapan pastinya layanan akan di berikan	32	36	15	5	2	90
2	Karyawan pada PT.RJS Cargo Service Delivery melayani anda dengan cepat	19	40	23	4	4	90
3	Karyawan PT.RJS Cargo Service Delivery supaya selalu bersedia membantu anda	16	32	32	8	2	90
4	Karyawan PT.RJS Cargo Service Delivery tidak pernah terlalu sibuk merespon permintaan pelanggan	16	32	30	7	5	90

Sumber : Data Olahan Tahun 2012

Dari Tabel 5.4 dapat dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang pertama bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 32 responden atau 32%, setuju ada 36 responden atau 36%, ragu-ragu ada 15 responden atau 15%, sedangkan tidak setuju ada 5 responden atau 5%, dan sangat tidak setuju ada 2 responden atau 2%. Pertanyaan yang kedua bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 19 responden atau 19%, setuju ada 40 responden atau 40%, ragu-ragu ada 23 responden atau 23%, sedangkan tidak setuju ada 4 responden atau 4%, dan sangat tidak setuju ada 4 responden atau 4%. Pertanyaan yang ketiga bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 16 responden atau 16%, setuju ada 32 responden atau 32%, ragu-ragu ada 32

responden atau 32%, sedangkan sangat tidak setuju ada 8 responden atau 8%, dan sangat tidak setuju ada 2 responden atau 2%. Pertanyaan yang ke empat bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 16 responden atau 16%, setuju ada 30 responden atau 30%, ragu-ragu ada 30 responden atau 30%, sedangkan tidak setuju ada 7 responden atau 7%, dan sangat tidak setuju ada 5 responden atau 5%. Jadi kesimpulan dari hasil variabel *Responsiveness* (daya tanggap) menyatakan bahwa responden sangat setuju dan setuju ada 40 % mengenai pernyataan PT. RJS *Cargo Service Delivery* selalu memberi tahu anda kapan pastinya layanan akan di berikan, melayani dengan cepat, selalu bersedia membantu anda, tidak pernah terlalu sibuk merespon permintaan pelanggan.

4. Variabel *Assurance* (jaminan)

Jaminan dan kepastian dalam pelayanan bertujuan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap PT. RJS *Cargo Service Delivery*. *Assurance* pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* dapat diketahui dari karyawan untuk memperlakukan pelanggan secara istimewa istilah dalam ekonomi pembeli adalah raja. Oleh karena itu para karyawan harus memperhatikan pelanggan membuat pelanggan merasa aman untuk melakukan pengiriman barang di PT. RJS *Cargo Service Delivery*.

Indikator variabel *assurance* pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* meliputi kesopanan dan keramahan karyawan, wawasan dan pengetahuan karyawan, pelayanan yang pelanggan terima. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang variabel *Assurance* (jaminan) dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 5.5: Rekapitulasi jawaban tentang variabel Assurance (jaminan)

No.	Indikator	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Perilaku para karyawan PT. RJS <i>Cargo Service Delivery</i> mampu membuat pelanggan mempercayai mereka	29	44	13	4	-	90
2	Karyawan PT. RJS <i>Cargo Service Delivery</i> secara konsisten bersikap sopan terhadap anda	24	45	15	6	-	90
3	Karyawan PT. RJS <i>Cargo Service Delivery</i> memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan anda	10	33	32	7	8	90
4	Anda merasa aman dalam bertransaksi dengan PT. RJS <i>Cargo Service Delivery</i>	14	36	32	5	3	90

Sumber : Data Olahan Tahun 2012

Dari Tabel 5.5 dapat dilihat hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang pertama bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 29 responden atau 29%, setuju ada 44 responden atau 44%, ragu-ragu ada 13 responden atau 13%, sedangkan tidak setuju ada 4 responden atau 4%, dan sangat tidak setuju tidak ada. Pertanyaan yang kedua bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 24 responden atau 24%, setuju ada 45 responden atau 45%, ragu-ragu ada 15 responden atau 15 %, sedangkan tidak setuju ada 6 responden atau 6%, dan sangat tidak setuju tidak ada. Pertanyaan yang ketiga bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 10 responden atau 10%, setuju ada 33 responden atau 33%, ragu-ragu ada 32 responden atau 32%, sedangkan tidak setuju ada 7 responden atau 7%, dan sangat tidak setuju ada 8 responden atau 8%. Pertanyaan yang ke empat bahwa dari 90 responden yang menyatakan sangat setuju ada 14 responden atau 14%,

setuju ada 36 responden atau 36%, ragu-ragu ada 32 responden atau 32%, sedangkan tidak setuju ada 5 responden atau 5%, dan sangat tidak setuju ada 3 responden atau 3%. Jadi kesimpulan dari hasil variabel Assurance (jaminan) menyatakan bahwa responden sangat setuju dan setuju ada lebih dari 40 % mengenai pernyataan PT. RJS *Cargo Service Delivery* perilaku karyawan mampu membuat pelanggan mempercayai mereka, secara konsisten bersikap sopan terhadap anda, memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan anda, merasa aman dalam bertransaksi.

5.2. Uji Reabilitas dan Validitas

5.2.1. Uji Reliabilitas

Pada uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran tetap konsisten bila di lakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama yaitu dengan mengkolerasikan angka korelasi yang diperoleh dengan memastikan ke dalam rumus (*alpha cronbach*). Nilai *alpha_cronbach* (*r alpha*) program SPSS versi 17.00 ditunjukkan oleh besarnya nilai alpha. Menurut Nurnaly (dalam Ghozali, 2001: 42) hasil pengujian dikatakan reliable apabila nilai *r cronbach alpha* > standarisasi nilai yaitu 0,60.

Adapun hasil analisis uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini dapat dilihat tabel 5.6 berikut ini :

Tabel 5.6 : Hasil Analisis Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Standarisasi Nilai	Status
1	<i>Tangible</i>	0.671	0,60	Reliabel
2	<i>Emphaty</i>	0.678	0,60	Reliabel
3	<i>Reliability</i>	0.671	0,60	Reliabel
4	<i>Responsiveness</i>	0.686	0,60	Reliabel
5	<i>Assurance</i>	0.764	0,60	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian

Terlihat jelas bahwa nilai *alpha* dimensi-dimensi variabel *Tangible* adalah $0,671 > 0,60$. *Emphaty* $0,678 > 0,60$. *Reliability* $0,671 > 0,60$. *Responsiveness* $0,686 > 0,60$. *Assurance* $0,764 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut adalah *reliable* karena $r \text{ alpha} > 0,60$.

5.2.2. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk menunjukkan tingkat kesahihan instrument. Instrument yang shahih memiliki validitas tinggi, instrument dikatakan shahih apabila mampu mengukur apa yang di inginkan, mampu mengungkapkan data dari variabel yang di teliti secara tepat, tinggi rendahnya instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Hasil uji Validitas program SPSS ditunjukkan dengan membandingkan r hitung dengan nilai 0,207 (r tabel) yaitu r pada $df = n - 2 = 90 - 2 = 88$ untuk $\alpha = 5\%$. Apabila r

hasil $> 0,195$ maka butir atau variabel yang di teliti adalah valid. Hasil analisis yang didistribusikan kepada 90 responden untuk tiap-tiap variabel pernyataan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.7 : Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel *Tangible*

Butir Pertanyaan	r hitung	r table	Status
Ts 1	0,450	0,207	Valid
Ts 2	0,478	0,207	Valid
Ts 3	0,530	0,207	Valid
Ts 4	0,373	0,207	Valid

Sumber : Data Olahan Penelitian

Dari Tabel 5.7 dapat dilihat bahwa dari empat butir pertanyaan mempunyai nilai r hasil diatas r variabel dengan tingkat signifikan 5 % sebesar 0,207. Untuk Ts 1 nilai r hasil $0,450 > r$ table 0,207, Ts 2 nilai r hasil $0,478 > r$ table 0,207, Ts 3 nilai r hasil $0,530 > r$ table 0,207, Ts 4 nilai r hasil $0,373 > r$ tabel 0,207. Hal ini berarti r hasil $> r$ tabel sehingga keempat butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 5.8 : Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel *Emphaty*

Butir Pertanyaan	r hitung	r table	Status
Es 1	0,484	0,207	Valid
Es 2	0,507	0,207	Valid
Es 3	0,460	0,207	Valid
Es 4	0,392	0,207	Valid

Sumber : Data Olahan Penelitian

Dari Tabel 5.8 dapat dilihat bahwa dari empat butir pertanyaan mempunyai nilai r hasil diatas r tabel dengan tingkat signifikan 5 % sebesar 0,207. Untuk Es 1 nilai r hasil 0,484 > r tabel 0,207, Es 2 nilai r hasil 0,507 > r tabel 0,207, Es 3 nilai r hasil 0,460 > r tabel 0,207, Es 4 nilai r hasil 0,392 > r tabel 0,207. Hal ini berarti r hasil > r tabel sehingga keempat butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 5.9 : Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel *Reliability*

Butir Pertanyaan	r hitung	r table	Status
Rs 1	0,450	0,207	Valid
Rs 2	0,478	0,207	Valid
Rs 3	0,530	0,207	Valid
Rs 4	0,373	0,207	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian

Dari Tabel 5.9 dapat dilihat bahwa dari empat butir pertanyaan mempunyai nilai r hasil diatas r tabel dengan tingkat signifikan 5 % sebesar 0,207. Untuk Rs 1 nilai r hasil 0,450 > r tabel 0,207, Rs 2 nilai r hasil 0,478 > r tabel 0,207, Rs 3 nilai r hasil 0,530 > r tabel 0,207, Rs 4 nilai r hasil 0,373 > r tabel 0,207. Hal ini berarti r hasil > r tabel sehingga keempat butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 5.10 : Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel *Responsiveness*

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Status
Rs 1	0,523	0,207	Valid
Rs 2	0,659	0,207	Valid
Rs 3	0,451	0,207	Valid
Rs 4	0,275	0,207	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian

Dari Tabel 5.10 dapat dilihat bahwa dari empat butir pertanyaan mempunyai nilai r hasil diatas r tabel dengan tingkat signifikan 5 % sebesar 0,207. Untuk Rs 1 nilai r hasil 0,523 > r tabel 0,207, Rs 2 nilai r hasil 0,659 > r tabel 0,207, Rs 3 nilai r hasil 0,451 > r tabel 0,207, Rs 4 nilai r hasil 0,275 > r tabel 0,207. Hal ini berarti r hasil > r tabel sehingga keempat butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 5.11 : Hasil Analisis Validitas Kuesioner Variabel *Assurance*

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Status
As 1	0,621	0,207	Valid
As 2	0,725	0,207	Valid
As 3	0,521	0,207	Valid
As 4	0,425	0,207	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian

Dari Tabel 5.11 dapat dilihat bahwa dari empat butir pertanyaan mempunyai nilai r hasil diatas r tabel dengan tingkat signifikan 5 % sebesar 0,207. Untuk As 1 nilai r hasil 0,621 > r tabel 0,207, As 2 nilai r hasil 0,725 > r tabel 0,207, As 3 nilai r

hasil 0,521 > r tabel 0,207, As 4 nilai r hasil 0,425 > r tabel 0,207. Hal ini berarti r hasil > r tabel sehingga keempat butir pertanyaan dinyatakan valid.

5.3. Hasil Uji Regresi Ganda

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui meregresikan Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Berwujud sebagai independen terhadap Pelayanan sebagai variabel dependen. Hasil regresi seperti yang tercantum dalam tabel di bawah.

Tabel 5.12 : Hasil Uji Regresi Ganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	T	sig	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(constant)	8.407	1.307			
	Kehandalan	.371	.103	.400	3.612	.001
	Daya Tanggap	.384	.109	.450	3.803	.002
	Jaminan	.371	.103	.400	3.612	.001
	Empati	.356	.106	.371	3.350	.001
	Berwujud	.204	.063	.324	3.254	.001

a. Dependent Variable: Pelayanan

Sumber : Data Output SPSS Tahun 2012

Berdasarkan uji signifikansi tersebut dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi ganda adalah sangat signifikan. Hal ini berarti terdapat hubungan positif antara Kehandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Berwujud (X5) secara bersama-sama dengan Pelayanan (Y). Persamaan regresi dari hasil perhitungan statistik didapat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 8.407 + 0,371 X_1 + 0,384X_2 + 0,371 X_3 + 0,356 X_4 + 0,204 X_5 + e$$

1. $a = 8.407$ adalah koefisien konstanta dari persamaan, yang berarti nilai Y pada saat nilai $b = nol$, dan pada saat ini garis regresi akan memotong garis Y, sehingga a juga biasa disebut *intercept*. Konstanta sebesar 8.407 menyatakan bahwa jika Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Berwujud meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat pula yang diramalkan (*forecasting*) dimulai pada nilai 8.407.
2. Hasil regresi X1 menunjukkan peningkatan variabel Keandalan sebesar 0.371 maka Keandalan akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 37.1%.
3. Hasil regresi X2 menunjukkan peningkatan Variabel Daya Tanggap sebesar 0.384 maka Daya Tanggap akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 38.4%.
4. Hasil regresi X3 menunjukkan peningkatan Variabel Jaminan sebesar 0.371 maka Jaminan akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 37.1%.
5. Hasil regresi X4 menunjukkan peningkatan Variabel Empati sebesar 0.356 maka Empati akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 35.6%.

6. Hasil regresi X5 menunjukkan peningkatan Variabel Berwujud sebesar 0.204 maka Berwujud akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 20.4%.

5.4. Hasil Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah varian populasi kedua sampel tersebut sama ataukah berbeda secara signifikan (Santoso, 2001: 96). Sedangkan hasil uji regresi secara simultan atau uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hipotesis yang di uji adalah:

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Berwujud) terhadap variabel dependennya (Pelayanan) PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru.

H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Berwujud) terhadap variabel dependennya (Pelayanan) pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru.

Dasar pengambilan keputusan:

Ho diterima : jika probabilitas > 0.05 maka populasi kedua sampel tersebut identik atau sama, atau nilai F- hasil > nilai F-tabel

H₁ ditolak : jika probabilitas <0.05 maka populasi kedua sampel tersebut tidak identik atau tidak sama, atau nilai F- hasil < nilai F-tabel

Tabel 5.13 : Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	d	Mean Square	F	Sig ^a
1	Regression	126.050	4	31.512	8.798	.000 ^a
	Residual	304.439	85	3.582		
	Total	430.489	89			

a. Predictors: (Constant), Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Berwujud

b. Dependent Variable: Pelayanan

Sumber : Data Output SPSS Tahun 2012

Dari hasil perhitungan, uji linearitas diperoleh F hitung = 8.798 dengan tingkat probabilitas 0,000. oleh karena probabilitas 0,000 < 0.05 maka distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier. Berarti H₁ diterima: Distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk yang linier

Hasil ini menunjukkan bahwa Kehandalan (X₁), Daya Tanggap (X₂), Jaminan (X₃), Empati (X₄) dan Berwujud (X₅) secara simultan mempengaruhi Pelayanan (Y). Dengan kata lain model regresi dapat dipakai untuk meramalkan Pelayanan.

5.5. Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji Secara Parsial data bertujuan untuk mengetahui apakah dari setiap variabel bebas yaitu Kehandalan (X₁), Berwujud (X₂), Jaminan (X₃), Empati (X₄)

dan Daya Tanggap (X5) secara simultan mempengaruhi Pelayanan (Y).. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien regresi secara parsial t- hitung dari masing-masing variabel bebas yang diteliti yang dibandingkan dengan t-tabel pada tabel distribusi t yaitu 1.989 pada $df = n - k - 1$, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.14 : Koefisien Parsial Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

Variabel	T- hitung	t- tabel	Sig	Beta Standardized Coefficients
Kehandalan	3.612	1.989	.001	0.004
Berwujud	3.803	1.989	.002	0.450
Empati	3.612	1.989	.001	0.400
Jaminan	3.350	1.989	.001	0.371
Daya Tanggap	3.254	1.989	.001	0.324

Sumber : Data Output SPSS Tahun 2012

Hipotesis yang diuji adalah:

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (kehandalan, berwujud, jaminan, empati dan daya tanggap) terhadap variabel dependennya (pelayanan) PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru.

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan, variabel independen (kehandalan, berwujud, jaminan, empati dan daya tanggap) terhadap variabel dependennya (pelayanan) PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru.

Pengujian dilakukan dengan melihat signifikansi masing-masing variabel

1. Uji pengaruh variabel bebas Kehandalan (X1) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.612 > t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan

terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Keandalan (X1) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y)

2. Uji pengaruh variabel bebas Berwujud (X2) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.803 > t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Berwujud (X2) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y)
3. Uji pengaruh variabel bebas Empati (X3) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.612 > t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Empati (X3) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y)
4. Uji pengaruh variabel bebas Jaminan (X4) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.350 > t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Keyakinan (X4) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y)
5. Uji pengaruh variabel bebas Daya Tanggap (X5) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.254 > t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Daya tanggap (X5) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y)

Berdasarkan hasil diatas dapat diambil kesimpulan bahwa yaitu Keandalan, Berwujud, Empati, Jaminan dan Daya Tanggap secara masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap yaitu Pelayanan.

5.6. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) R Square

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai r (Pearson Correlation) 0.841 dengan Koefisien Determinasi (R^2) R Square 0.760. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.15 : Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	.793	.760	1.893

A. Predictors: (Constant), Keandalan, Berwujud, Empati, Jaminan, Daya Tanggap

Sumber : Data Output SPSS Tahun 2012

Tabel diatas menunjukkan nilai r hitung 0,841 berarti hubungan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen cukup kuat dengan nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0.760 yang artinya 76 % dari Pelayanan dipengaruhi oleh kualitas Keandalan, Berwujud, Empati, Jaminan dan Daya Tanggap, sedangkan sisanya dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Dari hasil analisis diatas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Tingkat pengaruh antara variabel berada pada kategori cukup kuat yaitu 0.841 atau 84%
- 2) Koefisien determinasi (R square) adalah 0.760 kontribusi keandalan, berwujud, empati, keyakinan dan daya tanggap terhadap Pelayanan adalah sebesar 70% sedangkan sisanya ditentukan oleh variabel lain.

5.7. PEMBAHASAN

Pengaruh variabel bebas Kehandalan (X_1) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.612 > t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Kehandalan (X_1) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y).

Pengaruh variabel Berwujud (X_2) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.803 < t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Berwujud (X_2) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y).

Pengaruh variabel bebas Empati (X_3) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.612 < t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas Empati (X_3) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y).

Pengaruh variabel bebas Jaminan (X_4) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.350 < t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas Keyakinan (X_4) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y).

Dan Pengaruh variabel bebas Daya Tanggap (X_5) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.254 < t\text{-tabel } 1.989$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas Daya Tanggap (X_5) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y).

Kontribusi Kehandalan, Berwujud, Empati, Jaminan dan Daya Tanggap terhadap Pelayanan jasa pengiriman pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru adalah sebesar 76 % sedangkan sisanya ditentukan oleh variabel lain.

BAB VI

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian kualitas pelayanan PT. RJS *Cargo Service Delivery* dan melalui latar belakang masalah hingga hasil pembahasan, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan dan saran-saran sehubungan dengan hasil penelitian ini sebagai berikut :

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari seluruh data yang telah dianalisis dapat diketahui bahwa semua item variabel memenuhi syarat untuk valid karena memiliki r hasil diatas 0,195, sedangkan hasil uji reliabilitas juga menunjukkan hasil bahwa semua variabel *reliable* dengan *croanbach alpa* masing-masing diatas 0,60.
2. Pengaruh variabel bebas Kehandalan (X_1) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t -hitung $3.612 > t$ -tabel 1.989. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas Kehandalan (X_1) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y). Pengaruh variabel Berwujud (X_2) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t -hitung $3.803 < t$ -tabel 1.989. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Berwujud (X_2) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y). Pengaruh variabel bebas Empati (X_3) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t -hitung $3.612 <$

t-tabel 1.989. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas Empati (X_3) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y). Pengaruh variabel bebas Jaminan (X_4) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.350 < t$ -tabel 1.989. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas Jaminan (X_4) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y). Pengaruh variabel bebas Daya Tanggap (X_5) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y) menunjukkan nilai t-hitung $3.254 < t$ -tabel 1.989. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas Daya Tanggap (X_5) terhadap variabel terikat Pelayanan (Y).

Maka dapat dapat disimpulkan secara keseluruhan variabel Keandalan, Berwujud, Empati, Jaminan dan Daya Tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap Pelayanan jasa pengiriman pada PT. RJS *Cargo Service Delivery* Pekanbaru.

3. Dari hasil perhitungan, uji linearitas diperoleh F hitung = 8.798 dengan tingkat probabilitas 0,000. oleh karena probabilitas $0,000 < 0.05$ maka distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier. Berarti H_1 diterima: Distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk yang linier

Hasil ini menunjukkan bahwa Keandalan (X_1), Berwujud (X_2), Empati (X_3), Jaminan (X_4) dan Daya Tanggap (X_5) secara simultan mempengaruhi Pelayanan (Y). Dengan kata lain model regresi dapat dipakai untuk meramalkan Pelayanan.

4. dari hasil regresi X1 variabel daya tanggap atau *responsivines* mengalami peningkatan pengaruh yang paling tinggi sebesar 38.4 % maka dapat disimpulkan variabel daya tanggap adalah variabel yang dominan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.
5. nilai *r hitung* 0,841 berarti hubungan secara bersama-sama antara variabel dependen dan variabel independen cukup kuat dengan nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0.760 yang artinya 76 % dari Pelayanan dipengaruhi oleh kualitas Keandalan, Berwujud, Empati, Jaminan dan Daya Tanggap, sedangkan sisanya dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

6.2. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari setiap variabel mempengaruhi secara signifikan kepada pelayanan di PT. RJS *Cargo Service Delivery*, maka disarankan kepada pemilik perusahaan pelayanan jasa PT. RJS *Cargo Service Delivery* meningkatkan dan memperbaiki daya tanggap, jaminan, empati, berwujud, dan keyakinan dalam pelayanannya terhadap konsumen.
2. Hasil regresi X1 menunjukkan peningkatan variabel Keandalan sebesar 0.371 maka Keandalan akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 37.1%. Hasil regresi X2 menunjukkan peningkatan Variabel Daya Tanggap sebesar 0.384 maka Daya Tanggap akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 38.4%. Hasil regresi X3 menunjukkan peningkatan Variabel Jaminan sebesar 0.371 maka Jaminan akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 37.1%. Hasil regresi X4 menunjukkan peningkatan Variabel Empati sebesar 0.356 maka Empati akan mengalami peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 35.6%. Hasil regresi X5 menunjukkan peningkatan Variabel Berwujud sebesar 0.204 maka Berwujud akan mengalami

peningkatan sebesar 1, maka variabel dependen Y (Pelayanan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 20.4%.

3. Mengingat masih banyaknya faktor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada PT. RJS *Cargo Service Delivery*, maka tulisan ini akan bermamfaat bagi peneliti yang nantinya akan meneliti lebih lanjut mengenai industri pelayanan jasa kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous, *Synergistic Selling*, PT.Asuransi Jiwa, Tugu Mandiri, Jakarta, 2002
- Azwar, saifuddin. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bonar, S.K, *Manajemen Jasa Pelayanan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2001
- Drucker, Peter F. *Manajemen Pemasaran Dasar*, Rajawali Press. Jakarta,2005
- Engel F. James, Rage D. Balck, Weil dan Paul Mirdad, *Perilaku konsumen*, Terjemahan F.X. Budiyanto, Jilid ke dua, Bina Rupa Aksara, Jakarta 2005
- Feigenbaum, A.V, *Kendali Mutu Terpadu*, Diterjemahkan oleh Hudaya Kandalijaya, Erlangga, Jakarta, 2006
- Gasper, Vincent, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, Cetakan Kedua, Gramedia,Pustaka umum, Jakarta, 2002
- Hardjosoemarso, Soewarso, *Total Quality Managemen*,Andi, Yogyakarta,2003
- Hopkins, Tan, *SeniMenjualTeknikPemasaran Yang Berhasil*,Dahara Prize, Semarang, 2001
- Kottler, Philip, *ManajemenPemasaran, Analisis, Perencanaan, ImplementasidanKontrol*, AhliBahasa, HendraTeguh, SE. AK dan Ranny A. Rusli, SE. AK. Jilid II,PT. Prehalindo, Jakarta, 2007
- Lele, Millindo M, *Pelanggan Kunci Keberhasilan*, Alih Bahasa Mitra Usaha, Jakarta, 2006
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta, 2001
- Munir, H. *Strategi Pemasaran Jasa*, Bandung, 2002
- Manguadmodjo, Soegyarto. 2004. *Statistik Lanjutan*. Jakarta : PT. Rineka Cipata
- Stanton, William,J, *Prisip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2004
- Tjiptono,Fandy, *Manajemen J asa*, Andi Offset, Yogyakarta, 2001

Umar, Husein, *RisetPemasarandanPrilakuKonsumen*, PT.GramediaPustaka, Jakarta, 2003

Radius sudut, *ManajemenPemasaran*, CetakanKedua, Yogyakarta, 2003

Mellyana, *AnalisisPelayananPada PT. Citra Van TitipanKilat*, Skripsi Program Sarjana UNRI, Tidak di publikasikan, 2006

Afni, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan Karyawan Dalam Penjualan Kamar VIP Pada Furaya Hotel Pekanbaru*, Skripsi Program Sarjana UI, Tidakdipublikasikan, 2005

Ghozali, Imam, *AplikasiAnalisis Multivariate Dengan Program SPSS*, EdisiKedua, BadanPenerbitUniversitasDiponegoro, Semarang, 2002