

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM
PENYELESAIAN DOKUMEN DELIVERY ORDER (DO)
ONLINE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT
CONTAINER MARITIME ACTIVITIES JAKARTA**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Penyelesaian Program Pendidikan Diploma IV**

Oleh :

**ARIEF BUDI NUGROHO
NRP. 16.8967/K**

**PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA IV
JAKARTA
2020**

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ARIEF BUDI NUGROHO
NRP : 459168967/K
Program Pendidikan : DIPLOMA IV
Program Studi : KETATALAKSANAAN ANGKUTAN LAUT DAN
KEPELABUHANAN
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM
PENYELESAIAN DOKUMEN DELIVERY ORDER (DO)
ONLINE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT.
CONTAINER MARITIME ACTIVITIES JAKARTA

Jakarta, Juli 2020

Pembimbing I Pembimbing II

Vidya Selasdini, S.SI.T., M.MTr.
Penata Tk. I (III/d)
NIP: 19831227 200812 2 002

M. Nurdin, S.E. M.M
Pembina (IV/a)
NIP: 19590814 198302 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan KALK

Dr Larsen Barasa, S.E., M.MTr.
PenataTk. I (III/d)
NIP. 19720415 1998031 002

**KEMENTERIAN PERHUBUNGAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PERHUBUNGAN
SEKOLAH TINGGI ILMU PELAYARAN**



TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ARIEF BUDI NUGROHO
NRP : 459168967/K
Program Pendidikan : DIPLOMA IV
**Program Pendidikan : KETATALAKSANAAN ANGKUTAN LAUT DAN
KEPELABUHANAN**
**Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM
PENYELESAIAN DOKUMEN DELIVERY ORDER
(DO) *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT. CONTAINER MARITIME
ACTIVITIES JAKARTA**

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Jakarta, Agustus 2020

Anggota Penguji

Drs. Warsono, MM.
Pembina Tk. I (IV/b)
NIP: 19570407 197903 1 001

Z. Intan Bernadhet Bulan M.MTr

Vidya Selasdini, S.SI.T., M.MTr.
Penata Tk. I (III/d)
NIP: 19831227 200812 2 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan KALK

Dr Larsen Barasa, S.E., M.MTr.
Penata Tk. I (III/d)
NIP. 19720415 1998031 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang tidak terkira sehingga dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dimana merupakan suatu kewajiban bagi setiap taruna dan taruni Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta untuk menyusun skripsi yang telah ditentukan oleh Pendidikan sebagai salah satu persyaratan kelulusan program D-IV Tahun Ajaran 2020.

Penyusunan skripsi ini didasarkan atas pengalaman yang penulis dapatkan selama menjalani Praktek Darat di Perusahaan Pelayaran dan di Kementerian Perhubungan Laut serta semua pengetahuan yang diberikan oleh dosen pada saat pendidikan dengan melalui literatur-literatur yang berhubungan dengan judul skripsi yang penulis ajukan. Adapun judul skripsi yang penulis pilih adalah :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PENYELESAIAN
DOKUMEN DELIVERY ORDER (DO) *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT. CONTAINER MARITIME ACTIVITIES JAKARTA”**

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Amiruddin, M.M selaku Ketua STIP Jakarta.
2. Ibu Vidya Selasdini, S.SI.T., M.M.Tr. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak M. Nurdin, S.E. M.M Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan pengarahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Larsen Barasa, S.E.,M.MTr., selaku Ketua Jurusan KALK.
5. Seluruh Civitas Akademik, Staff dan Dosen Pengajar Jurusan KALK Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta.
6. Untuk seluruh keluarga tercinta, Untuk Bapak Tercinta Gunardi, Ibu terbaik sepanjang masa Ibu Sri Suharni, Kakak Galih Puspito, Adik Kresno Aji dan juga yang tidak bisa ditulis disini, terima kasih karena telah menjadi motivasi dan penyemangat bagi penulis.

7. Teman-teman angkatan LIX STIP Jakarta, KALK VIII B, terimakasih untuk cerita indahnya.
8. Seluruh Direksi dan Karyawan PT. Container Maritime Activities (CMA) Jakarta departemen ekspor, import dan operational. Terimakasih atas semua bimbingan dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama melakukan PRADA, yang telah banyak membantu dan memberikan arahan serta masukan serta bimbingannya terhadap penulis.
9. Kepada Christian, Safriandani dan Maria, selaku kawan sepejuangan di PT. Container Maritime Activities.
10. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis untuk dapat menyelesaikan Praktek Kerja Nyata dan penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan baik dari susunan kalimat serta pembahasan materi akibat keterbatasan penulisan dalam menguasai materi. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan berguna bagi penulis dalam kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2020
Penulis,

ARIEF BUDI NUGROHO
NRP. 459168967

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA TANGAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR Grafik.....	xi
DAFTAR Gambar.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka	7
B. Kerangka Pemikiran	20
C. Hipotesis	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	24
B. Metode Pendekatan Dan Teknik Pengumpulan Data	25
C. Subjek Penelitian	28
D. Teknik Analisis Data	29

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	36
B. Analisis Data	57
C. Pemecahan Masalah	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Tabel Indikator untuk Observasi..... 31
Tabel 4.1	Personil Departemen Import..... 39
Tabel 4.2	Delivery Order 2019..... 41
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 43
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Usia..... 43
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Demografi Pendidikan..... 44
Tabel 4.6	Indikator bukti fisik 45
Tabel 4.7	Indikator Empaati 45
Tabel 4.8	Indikator Daya Tanggap 46
Tabel 4.9	Indikator Kehandalan..... 46
Tabel 4.10	Indikator Jaminan 47
Tabel 4.11	Indikator Empati 48
Tabel 4.12	Indikator Jaminan 48
Tabel 4.13	Indikator Kehandalan..... 19
Tabel 4.14	Indikator Jaminan..... 49
Tabel 4.15	Rekapitulasi Variabel X 49
Tabel 4.16	Indikator perasaan Puas Terhadap Pelayanan Yang Sesuai Dengan Aturan..... 51
Tabel 4.17	Indikator Terpenuhinya Harapan Pelanggan..... 51
Tabel 4.18	Indikator Kualitas Pelayanan Jasa..... 52
Tabel 4.19	Indikator Kemudahan Mendapatkan Pelayanan..... 53
Tabel 4.20	Indikator Terpenuhinya Kenyamanan Pelayanan..... 54
Tabel 4.21	Indikator Rekapitulasi Variabel Y..... 54
Tabel 4.22	Perhitungan Korelasi Pelayanan Dokumen DO (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)..... 55
Tabel 4.23	Hasil Statistik Reabilitas Variabel X 57
Tabel 4.24	Hasil Statistik Variabel Y..... 58
Tabel 4.25	Validitas Variabel X..... 58
Tabel 4.26	Validitas Variabel Y..... 60
Tabel 4.27	Koefesien Korelasi..... 62

Tabel 4.28	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi	
	Koefisien Korelasi.....	62
Tabel 4.29	Statistik SPSS Regresi Linear.....	64
Tabel 4.30	Titik Presentase Distribusi T.....	66

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Bagan 2.2 Alur Pemikiran.....	22
Bagan 4.1 Struktur Organisasi CMA CGM Jakarta	38

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4.1 Delivery Order 2019	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Kurva Normal Uji Hipotesis	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Variabel X
Lampiran 3	Variabel Y
Lampiran 4	Tabulasi Variabel X Dan Y
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas X
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Y
Lampiran 7	Hasil Uji Reabilitas X
Lampiran 8	Hasil Uji Reabilitas Y
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Tabel T
Lampiran 11	Surat Loi
Lampiran 12	Surat Kuasa
Lampiran 13	Ext Number Phone

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Aktivitas perekonomian di dunia saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengakibatkan persaingan dunia dalam bisnis usaha menjadi ketat. Indonesia sebagai negara maritim dimana transportasi laut memegang peranan penting dan posisi strategis dalam memobilisasi perpindahan barang dan jasa, dimana kegiatan perdagangan internasional dalam hal ini ekspor impor menggunakan transportasi laut. Pengangkutan dengan menggunakan peti kemas (*container*) telah menjadi bagian kehidupan modern dimana sistem pengangkutan modern tersebut dilaksanakan dengan angkutan darat, laut, dan udara dan pengoperasiannya dijalankan secara efisien.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlihat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan , yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Dengan demikian , yang dimaksud kualitas pelayanan adalah menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri knsumen. Kualitas pelayanan berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati konsumen.

Di negara yang angkutan peti kemasnya sudah maju, lalu lintas angkutan peti kemas sangat ramai, membawa peti kemas hasil industri dari pabrik-pabrik hasil perkebunan, hasil pertanian, hasil perikanan dari daerah (*hinterland*) untuk diangkut ke negara lain menggunakan sistem angkutan terpadu antara lain menggunakan truck, kereta api dan kapal.

PT. Container Maritime Activities (CMA) Indonesia yang berpusat di Jakarta merupakan perusahaan pelayaran agensi yang bergerak di bidang *container shipping* dengan kata lain memiliki peti kemas sendiri. Peti kemas tersebut dimanfaatkan sebagai usaha pokok perusahaan yang disediakan untuk perusahaan lain sebagai sarana pengangkut muatan dalam proses transaksi perdagangan antar negara, berkomitmen untuk melayani perdagangan dunia dengan menyediakan layanan transportasi yang efektif, ekonomis dan efisien.

Dalam kegiatan perekonomian tidak terlepas dari proses impor, karena impor adalah cerminan kedaulatan ekonomi suatu negara, apakah barang dan jasa buatan dalam negeri masih menjadi tuan di negeri sendiri. Suatu negara melakukan impor karena mengalami defisiensi (kekurangan/kegagalan) dalam menyelenggarakan produksi barang dan jasa bagi kebutuhan konsumsi penduduknya.

Importir mengeluhkan lamanya penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) yang dikeluarkan oleh perusahaan pelayaran PT Container Maritime Activities (CMA). Hal ini berdampak terhadap proses pengeluaran barang dari terminal container, dan berdampak pada waktu *free time* yang dimiliki oleh Importir.

Dalam hal ini dokumen Delivery Order (DO) dibutuhkan oleh importir untuk mengeluarkan barang dari terminal *container*. Untuk mendapatkan dokumen Delivery Order (DO), importir harus melengkapi kewajiban untuk biaya *handling container* setelah tiba di pelabuhan Indonesia. dokumen tersebut memiliki tahapan dalam penyelesaiannya. Pengguna jasa wajib mengikuti tahapan tersebut sesuai prosedur perusahaan yang diberikan.

PT. Container Maritime Activities (CMA) banyak menemui masalah khususnya di bagian departemen import. Departemen import umumnya melakukan pelayanan penyelesaian dokumen yang terkait dengan kegiatan impor, seperti dokumen Delivery Order (DO). Departemen import dapat memberikan pelayanan secara prima

kepada pelanggan sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang di berikan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya, khususnya di industry *carrier* (pengangkutan) *container*, adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Jangan sampai konsumen merasa kecewa dengan pelayanan yang di berikan oleh PT Container Maritime Activities (CMA) khususnya di dalam pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order.

Maka selama penulis melakukan praktek kerja nyata atau yang biasa kami sebut praktek darat, berusaha mencari permasalahan apa saja yang mempengaruhi belum maksimalnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. permasalahan yang penulis bahas yaitu proses penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*, mana yang lebih efektif dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan dan kurangnya pengetahuan pelanggan tentang proses pengambilan dokumen Delivery Order (DO) *online*.

oleh karena itu dari uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut serta untuk dituangkan dalam suatu kertas kerja, dan penulis berusaha untuk memaparkannya. Kemudian penulis mengangkat masalah tersebut dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PENYELESAIAN
DOKUMEN DELIVERY ORDER (DO) *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT CONTAINER MARITIME ACTIVIES JAKARTA“**

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan pemaparan latar belakang mengenai masalah pengerjaan dokumen Delivery Order (DO) *online* maka penulis mencoba mengidentifikasikan masalah masalah terkait, antara lain :

1. Proses penyelesaian dokoumen DO *online* yang belum efektif.
2. Kurangnya tingkat pelayanan departemen import dalam melakukan proses penyelesaian dokumen DO *online*.
3. Terjadi *error* sistem dalam melakukan penyelesaian dokumen DO *online*.
4. Banyaknya pelanggan yang belum memahami prosedur pengambilan dokumen DO *online*.

5. Kurangnya pengaturan jadwal dari pengguna jasa saat akan melakukan pengambilan dokumen DO *online*.
6. Keterbatasan Sumber daya manusia (SDM) sehingga mengakibatkan jam kerja bertambah.
7. Tidak sesuai penempatan kerja dengan bidang berdasarkan kompetensi yang dimiliki karyawan.
8. kualitas pelayanan yang belum optimal, dalam hal pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order

C. BATASAN MASALAH

berdasarkan identifikasi masalah diatas , pembatasan dari masalah yang diangkat oleh penulis difokuskan pada kualitas pelayanan dalam penyelesaian dokumen *Delivery order online* terhadap kepuasan pelanggan di PT Container Maritime Activities.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan batasan masalah yang diatas penulis merumuskan permasalahan, antara lain :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dalam penyelesaian Delivery Order (DO) *online* terhadap kepuasan pelanggan di PT Container Maritime Activities ?
2. Seberapa besar hubungan kualitas pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT Container Maritime Activities ?

E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan maka penelitian ini mempunyai tujuan :

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan kualitas pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Penelitian

a. Aspek Teoritis

- 1) Dengan adanya penelitian ini sangat bermanfaat untuk kelanjutan pengembangan dan peningkatan pelayanan mengenai pengerjaan dokumen Delivery Order (DO) *online* yang nantinya berdampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
- 2) Menambah pengetahuan dan wawasan pembaca terhadap masalah yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan.

b. Aspek Praktis

Memberikan masukan bagi perusahaan di PT. Container Maritime Activities (CMA) Jakarta khususnya di bagian departemen import agar dapat mengenali jenis dan penyebab masalah yang dihadapi dalam pemberian pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order *online* dan tingkat kepuasan pelanggan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab dimana bab-bab tersebut dilengkapi dengan studi dokumenter dalam tahap analisis data, daftar pustaka sebagai referensi, subjek penelitian penentu ruang lingkup objek penelitian dan beberapa lampiran–lampiran dari pengolahan data yang telah ditinjau kembali tanpa menghilangkan atau mengurangi keaslian dari data. Kemudian untuk memudahkan pemahaman dalam sistematika penulisannya adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan bab pendahuluan, penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah yang merupakan alasan pemilihan judul, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dikemukakan mengenai tinjauan pustaka yang memuat uraian ilmu pengetahuan dan pengertian dari hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian, kerangka pemikiran sebagai alur dari masalah.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metode-metode yang digunakan oleh penulis dalam hal penulisan skripsi ini. Bab ini terdiri dari waktu dan tempat penelitian, metode pendekatan serta teknik pengumpulan data yang mengungkapkan cara apa saja yang dilakukan untuk mengumpulkan data, subjek penelitian yang merupakan informasi tentang subjek yang menjadi fokus penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas pokok masalah penelitian. Penulis akan membahas tentang deskripsi data, analisis data dari masalah yang ada, alternatif pemecahan masalah dan evaluasi terhadap alternatif pemecahan masalah serta pemecahan masalah yang dipilih.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab penutup dimana akan disampaikan kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan tepat berdasarkan hasil analisis data sehubungan dengan masalah penelitian, serta juga berisi saran yang merupakan pernyataan singkat dan tepat berdasarkan hasil pembahasan sehubungan dengan masalah penelitian yang merupakan masukan untuk perbaikan yang akan dicapai.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk memudahkan dalam memahami pengertian-pengertian yang penulis gunakan dalam skripsi ini, penulis membuat beberapa penelitian dan istilah yang diambil dari beberapa referensi buku, surat keputusan, serta pendapat dari pakar mengenai hal yang berkaitan dengan hal tersebut.

1. Pengertian Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2012:1045), “pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

2. Pelayanan

a. Pengertian

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Sedangkan menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Sedangkan menurut Groonros (1990:27) dalam Ratminto dan Atik (2005:2) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh

perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Berbeda dengan Supranto (2006:227) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih apat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut.

b. Kriteria Pelayanan

Berdasarkan kompetisi dan kebutuhan personal, konsumen akan memilih penyedia layanan (*service provider*) berdasarkan sembilan kriteria berikut (Fitzsimmons 2011:45):

1) *Availability*

Seberapa mudah ketersediaan layanan tersebut dapat diakses.

2) *Convenience*

Apakah lokasi yang menjadi tempat penyedia jasa memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

3) *Dependability*

Apakah layanan yang ditawarkan dapat diandalkan.

4) *Personalization*

Apakah penyedia layanan tersebut memberikan pelayanan secara personal.

5) *Price*

Apakah harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

6) *Quality*

Kualitas sangat menentukan nilai dalam proses penyampaian layanan dan hasil dari layanan tersebut. Kualitas pelayanan merupakan fungsi dari hubungan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan tersebut.

7) *Reputation*

Reputasi yang baik atau nama baik penyedia layanan dalam masyarakat akan menentukan pilihan konsumen dalam memilih penyedia layanan jasa. Reputasi yang buruk tidak dapat dikembalikan seperti halnya produk yang rusak dapat diganti dengan model atau barang yang baru. Reputasi yang baik sangat penting untuk dijaga oleh perusahaan penyedia layanan jasa.

8) *Safety*

Keamanan dan keselamatan merupakan hal yang menjadi pertimbangan utama konsumen. Jika dalam layanan jasa transportasi pesawat terbang misalnya, pengguna jasa meletakkan atau mempercayakan hidup dan mati mereka pada penyedia layanan transportasi pesawat terbang tersebut.

9) *Speed*

Berapa lama waktu yang diperlukan untuk menunggu layanan tersebut? Kecepatan dalam pemberian layanan menjadi hal penting bagi pertimbangan konsumen dalam memilih penyedia layanan.

3. Defenisi Kualitas Pelayanan

Berikut ini terdapat beberapa definisi kualitas pelayanan yang disampaikan oleh beberapa tokoh. Definisi-definisi tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Menurut Wyock (dalam lovelock, 1998) dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:268)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Menurut Fandy Tjiptono (2014:268)

Kualitas Pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan konsumen.

- c. Menurut Lewis dan Booms (1983), dalam Tjiptono (2005:121)

Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai eksptasi pelanggan. Mengacu pada definisi tersebut, Tjiptono menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian kualitas pelayanan dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu *customer expectation* (harapan pelanggan) dan *customer preceived* (yang dirasakan pelanggan) atas suatu pelayanan.

Pelayanan dikatakan berkualitas atau memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi harapan masyarakat. Apabila masyarakat tidak puas terhadap pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut tidak berkualitas atau tidak

efesien. Karena itu kualitas pelayanan sangat penting dan selalu fokus pada kepuasan pelanggan.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Prasuraman, Aitnahl dan Berry berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, pendapat tersebut dikemukakan sebagai berikut :

a. *Tangibles*

Tangibles adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan

b. *Reliability*

Reliability mencakup 2 hal pokok, yaitu konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dapat dipercaya (dependability). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara cepat semenjak saat pertama (right the first time)

c. *Responsiveness*

Responsiveness kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan

d. *competence*

competence artinya setiap orang dalam satu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan pelayanan tertentu..

e. *courtesy*

courtesy meliputi sikap sopan santun, respect, perhatian, dan keramahan yang dimiliki kontak person

f. *communication*

communication adalah memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

g. *credibility*

credibility adalah, sikap jujur dan dapat dipercaya.

h. *security*

security yaitu aman dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (financial safety) dan kerahasiaan.

i. *understanding*

understanding usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan

j. *Acces*

Access meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemani.

Menurut Zeithhaml-Parasurman-Berry dalam Pasolong (2011:135) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, terdapat indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Kelima dimensi tersebut, yaitu:

a. *Tangibles* (bukti langsung)

Kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.

b. *Reliability* (kehandalan)

Merupakan kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat dan handal. Pelayanan yang handal dapat diartikan sesuai dengan harapan pelanggan, dilakukan tepat waktu tanpa kesalahan setiap kali pelayanan tersebut disampaikan kepada pelanggan.

c. *Responsivess* (daya tanggap)

Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.

d. *Assurance* (jaminan)

Merupakan kemampuan menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi keyakinan meliputi: kompetensi menyampaikan pelayanan yang baik, sopan dan menghormati pelanggan, dan sikap umum yang dimiliki karyawan (*server*) yang menarik di hati pelanggan.

e. *Empaty* (empati)

Kepedulian dan perhatian individual kepada pelanggan. Empati meliputi: ramah tamah, senyuman tulus, kepekaan, dan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

5. Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas pelayanan publik menurut harapan pelanggan. Menurut Valarie Zeithaml dan Mary Bitner, tingkatan kualitas pelayanan publik yang diharapkan oleh pelanggan dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

a. *Desired service*

Tingkatan ini adalah harapan pelanggan terkait pelayanan yang diinginkan, yaitu kepercayaan pelanggan tentang pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang seharusnya diterima.

b. *Adequate service*

Tingkatan ini adalah ketika pelanggan menerima pelayanan, hal ini juga berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan untuk dapat memenuhi permintaan pelayanan dari pelanggan tersebut.

6. Cara Mengukur Kualitas Pelayanan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, di antaranya adalah dengan melakukan evaluasi dan perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara berkala. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

a. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan, diantaranya seperti mengadakan survei kepada pelanggan, dan *follow up* kepada pelanggan setelah memberikan pelayanan, cara ini dapat dilakukan melalui *email*. Cara lainnya adalah memanfaatkan teknologi untuk memantau perkembangan usaha seperti melalui *website*, situs perusahaan, dan lain sebagainya.

b. Melakukan evaluasi perusahaan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk melakukan evaluasi diantaranya adalah melalui survei dengan cara berfokus pada hal-hal yang paling penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui rasa empati atau kepedulian kepada pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui kualitas berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti tingkat waktu pelayanan, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

c. **Memperbaiki pelayanan perusahaan**

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Jika memungkinkan, dapat dengan memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi. Selain itu, memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menyampaikan masukannya adalah hal yang perlu untuk dilakukan. Namun akan lebih baik apabila semua usaha perbaikan kualitas pelayanan perusahaan ini agar dilakukan secara berkelanjutan.

7. Delivery Order

a. Pengertian

Delivery Order (DO) adalah surat bukti penyerahan barang yang dikeluarkan perusahaan angkutan laut atau kuasanya kepada pemilik barang yang merupakan suatu bukti pengiriman barang.

Fungsi surat Delivery Order sebagai surat kepemilikan barang / receiving cargo. Di Indonesia mengambil Delivery Order (DO) disertai dengan memberikan BL Original, sea way Bill, dan Telex Realese.

Sedangkan untuk Delivery Order (DO) *online* merupakan bukti penyerahan barang yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, yaitu Peraturan Menteri Perhubungan No 120 tahun 2017 tentang pelayanan pengiriman pesan secara elektronik (Delivery Order *online*) barang impor di pelabuhan.

b. Biaya Pengambilan Delivery Order

Biaya biaya yang harus dikeluarkan untuk proses pengambilan dokumen delivery order adalah :

- 1) THC (*Terminal Handling Charge*), Saat ini dibayar dalam kurs rupiah sesuai ketentuan pemerintah saat ini.
- 2) Jaminan Kontainer , di bayar dalam mata uang rupiah.
- 3) *Bill Of Lading* (BL) Fee untuk biaya Administrasi DO *online*.
- 4) Biaya *demurrage*, jika jangka waktu pengambilan dokumen DO *online* telah melewati batas yang telah ditentukan.

8. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian

Kata “kepuasan” atau satisfaction berasal dari bahasa latin “latis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (malakukan atau membuat), sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014: 150) ialah: perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan yang dirumuskan Richard Oliver dalam buku *Secrets of Customer Relationship Management* (Barnes, 2003: 64) ialah:

“Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.”

Dari dua definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang perusahaan berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka.

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau mengkonsumsi produk, Nirwana, (2004:321). Menurut Zikmund et al (2003:72) kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan.

Sementara menurut Kotler & Keller pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. *“Satisfaction is the function of the closeness between expectations and the product’s perceived performance. If performance falls short of expectations, the consumer is dissatisfied; if it meets expectations, the consumer*

is satisfied; if it exceeds expectations, the consumer is delighted” (Kotler & Keller, 2013:194).

Kepuasan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja produk atau jasa sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas (*satisfied*), dan jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). Teori ini didukung oleh *Service Quality Gap Model* yang menyatakan bahwa:

$$\text{Customer satisfaction} \rightarrow \text{Expectation} = \text{Perception}$$

Ketika konsumen membeli/menggunakan suatu produk atau jasa, ia memiliki harapan mengenai bagaimana produk atau jasa tersebut dapat berfungsi memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dikehendakinya.

Kepuasan itu sendiri diidentifikasi sebagai hal yang menentukan komitmen seseorang untuk loyal atau setia pada perusahaan tertentu. Apabila para pelanggan dipuaskan kebutuhannya secara terus menerus melalui kinerja, fasilitas serta pelayanan perusahaan, maka tak heran apabila pelanggan tersebut akan memiliki loyalitas yang tinggi pada suatu perusahaan tertentu. Sebaliknya apabila kinerja dari suatu perusahaan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan seperti inilah yang diperlukan untuk mencapai loyalitas, tetapi kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk mencapai loyalitas (Bowen dan Shoemaker, 1998).

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang banyak dan memiliki kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang diperkirakan perusahaan disukai oleh pelanggan. Namun perusahaan harus memberikan apa yang mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya (zikmud:2003).

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu mengukur kepuasan pelanggan guna melihat umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Kotler (1999:54) mengemukakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran.

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) perlu memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak cepat untuk menyelesaikan masalah.

2) Survei kepuasan pelanggan.

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon suatu kelompok acak dari pembeli mereka untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Perusahaan juga menanyakan pendapat pembeli mengenai kinerja perusahaan pesaing.

3) *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan).

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing untuk melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan maupun produk pesaing. *Ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

4) *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih).

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti menggunakan jasa perusahaan agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya..

c. Survei Kepuasan Pelanggan

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelepon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri.

Terdapat sepuluh (10) kunci sukses mengukur kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dan Diana (2004:106), yaitu. :

- 1) Frekuensi, berapa kali perusahaan mengadakan survey untuk mengetahui kepuasan pelanggan ?
- 2) Format siapa yang melakukan survey kepuasan pelanggan ?
- 3) Isi pertanyaan yang ditunjukkan adalah pertanyaan standar yang dapat di kuantitatifkan
- 4) Desain isi, tidak ada satupun instrumen survey yang paling baik untuk setiap kondisi. Oleh karena itu perusahaan mendesain secara sistematis dan memperlihatkan setiap pandangan yang ada.
- 5) Melibatkan setiap orang, mereka mengunjungi pelanggan untuk melakukan survey adalah semua level dan semua fungsi yang ada dalam organisasi, mulai dari manajer puncak hingga karyawan.
- 6) Mengukur setiap kepuasan orang, perusahaan harus mengukur kepuasan setiap pihak, tidak hanya pelanggan langsung seperti pembeli tetapi juga pelanggan tidak langsung
- 7) Kombinasi berbagai ukuran, ukuran yang digunakan dalam kepuasan pelanggan hendaknya dibatasi pada skor positif kuantitatif yang merupakan kombinasi dari berbagai setiap individu atau kelompok.
- 8) Hubungan dengan kompensasi dan reward hasil pengukuran kepuasan pelanggan harus dijadikan dasar dalam penentuan kompensasi insentif dan penjualan.
- 9) Bentuk pengukuran lainnya, hubungan pelanggan lainnya, hubungan karyawan dengan pelanggan harus mencakup penelitian sejauh mana karyawan memiliki orientasi terhadap kepuasan pelanggan.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:105), lima hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Product and Service Features

Fitur dari produk dan jasa yang disampaikan kepada pelanggan menjadi aspek penting dalam menentukan persepsi atau penilaian pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri.

2) Consumer Emotion

Emosi yang dimaksud adalah suasana hati. Suasana hati pelanggan yang sedang gembira cenderung akan berpengaruh terhadap respon atau persepsi yang positif terhadap produk atau jasa yang diberikan, sebaliknya suasana hati

atau emosi pelanggan yang buruk, maka emosi tersebut akan membawa respon atau persepsi yang negatif terhadap produk atau jasa yang diberikan.

3) *Attribution for service success or failure*

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat menjadi lebih buruk atau lebih baik dari yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut adalah pelayanan yang sukses, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa proses pelayanan tersebut mengalami kegagalan. Dalam kesuksesan dan kegagalan penyampaian proses pelayanan tersebut, pelanggan akan mencari tahu penyebab dari kesuksesan atau kegagalan penyampaian pelayanan. Kegiatan pelanggan dalam mencari tahu penyebab suatu kesuksesan dan/atau kegagalan inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa.

4) *Perception of equity and fairness*

Pelanggan yang menggunakan suatu produk atau jasa akan cenderung bertanya pada diri mereka sendiri : “Apakah saya telah dilayani secara adil dibandingkan dengan pelanggan yang lain? Apakah pelanggan lain mendapatkan harga yang lebih murah, atau pelayanan yang lebih baik?” Pemikiran pelanggan mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan dalam tingkat kepuasannya terhadap suatu produk atau jasa.

5) *Other consumer, family member and coworkers*

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh ekspresi orang lain yang menceritakan kembali bagaimana mereka merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut.

e. Indikator Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan. Berikut ini adalah indikator kepuasan pelanggan menurut tjiptono (2004 : 107).

1) **Kepuasan Pelanggan Keseluruhan.**

Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk dan jasa. Kepuasan diukur berdasarkan produk atau jasa berdasarkan perusahaan bersangkutan dan

membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk jasa atau pesaing

2) Konfirmasi Harapan

Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

3) Minat Pembelian Ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan menanyakan pelanggan apakah berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

4) Ketersediaan untuk merekomendasi

Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk dan jasa kepada teman atau keluarga

5) Ketidakpuasan pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan meliputi komplain, retur, biaya garansi, dan konsumen beralih ke pesaing.

9. Penelitian Terdahulu

Penelitian dan pembahasan yang dilakukan untuk peneliti ini merujuk dari penelitian-penelitian terdahulu. Berikut dibawah ini adalah uraian mengenai penelitian terdahulu.

a. Frisilla Putri Wulandari (2018:70)

Dalam pentusunan skripsi ini juga mempelajari skripsi yang telah dilakukan sebelumnya oleh Frisilla Putri Wulandari (2014) dengan judul “PENGARUH PELAYANAN PENYELESAIAN DOKUMEN DELIVERY ORDER D/O TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. EVERGREEN SHIPPING AGENCY INDONESIA” hasil penelitian ini menunjukan bahwa, pengaruh pelayanan dokumen Delivery Order (DO) mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada di PT. EVERGREEN SHIPPING AGENCY INDONESIA. Hal ini mengindikasikan semakin adanya peningkatan dalam pelayanan penyelesain dokumen Delivery Order (DO) maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

B. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan modal konseptual tentang bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan suatu konsep yang menyajikan hubungan antara variable yang diperkirakan terjadi dan diperoleh dari hasil penjabaran tinjauan pustaka.

Untuk memaparkan pembahasan dari skripsi ini, maka dibuat suatu kerangka pemikiran terhadap hal-hal yang menjadi pembahasan pokok mengenai :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PENYELESAIAN
DOKUMEN DELIVERY ORDER *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT CONTAINER MARITIME ACTIVITIES JAKARTA.”**

Berdasarkan masalah tersebut maka akan dikemukakan solusi yang menjadi pilihan sebagai penyelesaian masalah. Dari uraian tersebut dapat dilihat suatu bagan kerangka pemikiran secara garis besar sebagai berikut :

Bagan 2.1

Kerangka Pemikiran

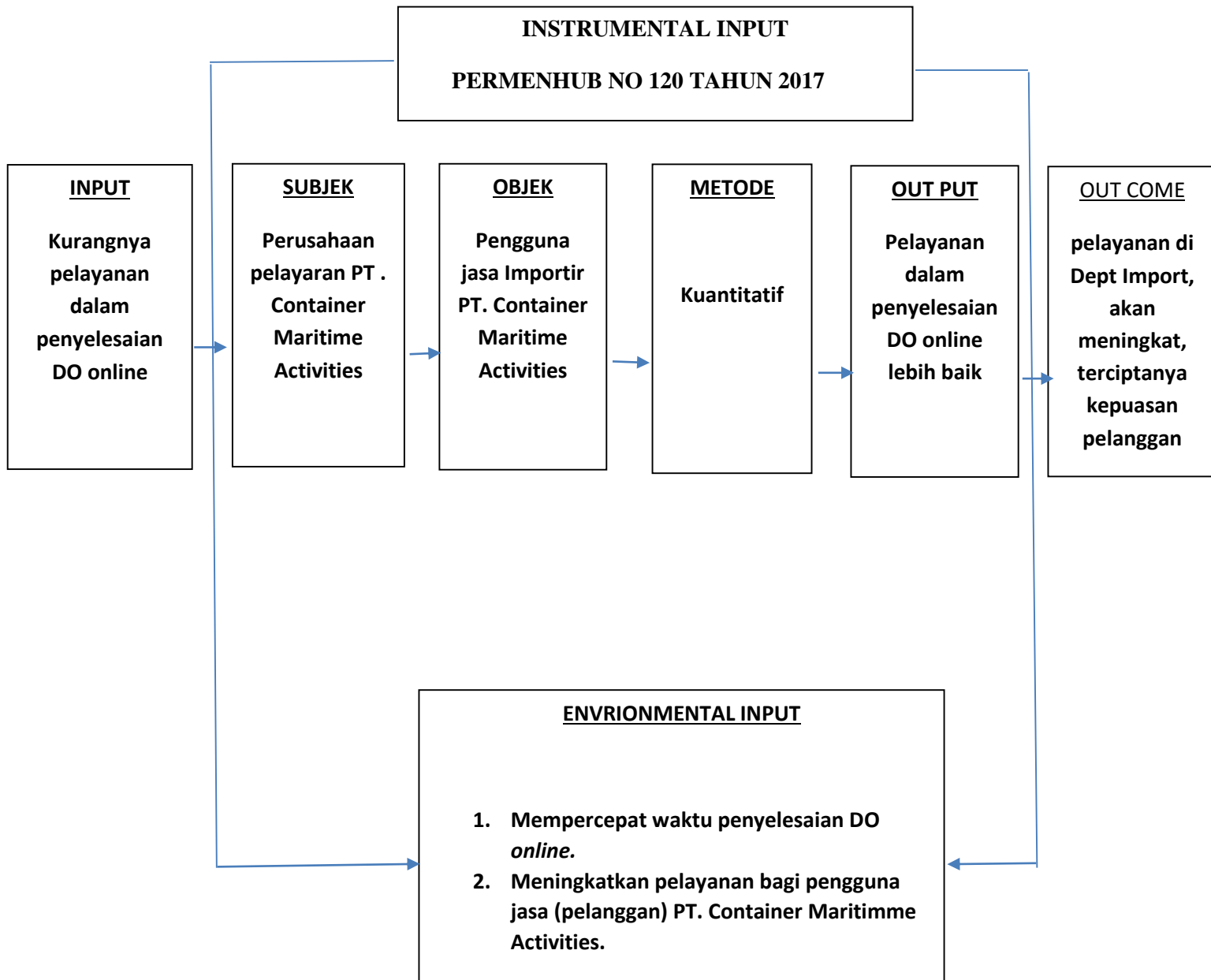


pada bagan 2.1 kerangka pemikiran penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang ditunjukkan kepada pelanggan merupakan elemen yang sangat penting agar dapat menciptakan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Dalam rangka menciptakan iklim pelanggan yang loyal, manajemen harus mampu untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011) bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Lebih lanjut Kotler (2011) menjelaskan bahwa dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Bagan 2.2
Alur pemikiran



C. HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis membuat hipotesis untuk masalah yang disajikan. Dimana untuk memberikan jawaban sementara atau perkiraan pemecahan masalah adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Container Maritime Activities.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Container Maritime Activities.

Berdasarkan pengalaman penulis selama menjalankan Praktek Darat (Prada) dan penelitian terdahulu penulis berasumsi bahwa akan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penyelesain dokumen Delivery Order (DO) *online* pada PT. Container Maritime Activities.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

1. Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian terhadap pelayanan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *Online* di PT. Container Maritime Activities (CMA) Jakarta pada saat melakukan Praktek Darat selama kurang lebih 12 bulan terhitung dari 06 Agustus 2018 sampai 05 Agustus 2019.

2. Tempat penelitian

Adapun tempat pelaksanaan penelitian tersebut adalah PT. Container Maritime Activities (CMA) yang mulai berdiri di Indonesia pada tahun 2002 sebagai *shipping agency*. Dimana PT. Container Maritime Activities (CMA) Jakarta yang menjadi kantor pusat dari cabang yang ada di Indonesia. Adapun lokasi kantor cabang yang ada di Indonesia antara lain yaitu Medan, Surabaya, Semarang, Makassar ditambah 7 (tujuh) sub-agen di Padang, Palembang, Bali, Banjarmasin, Pontianak, Samarinda, dan Bitung

Berikut adalah informasi umum mengenai data-data perusahaan :

Nama Perusahaan	: PT. Container Maritime Activities (CMA)
Alamat	: Gedung Permata Kuningan 21 th – 22 nd floor Jl. Kuningan Mulia Kav.9C Guntur Setiabudi Jakarta 12980, Indonesia
Telepon	: (62-61) 2854 6800 / 837 80 777
Fax	: (62-21) 2854 6801 / 837 80 778
Website	: www.cma-cgm.co.id

B. METODE PENDEKATAN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Metode Pendekatan

Dalam penelitian skripsi ini penulisan ini menggunakan metode pendekatan data kuantitatif. Data adalah informasi yang digunakan dalam penelitian, agar dapat memberikan gambaran objek yang diteliti, sehingga persoalan yang diteliti dapat dibahas. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.

Dalam penelitian ini metode kuantitatif ini berfungsi untuk memahami konteks sosial secara lebih luas dan mendalam dengan menggunakan pengembangan deskriptif, artinya penulis mencoba menggambarkan potret permasalahan yang ada di lapangan dan hal yang dapat dilakukan PT. Container Maritime Activities dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat kepuasan pelanggan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam membahas dan meneliti suatu masalah dibutuhkan data-data yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas, kemudian disusun dan dianalisa, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas dan memudahkan penulis untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Untuk mendapatkan data dalam menyusun skripsi ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan dua metode dalam pengumpulan data antara lain :

a. Metode riset kepustakaan (*library research method*)

Metode riset kepustakaan yaitu penelitian kepustakaan yang dilakukan oleh penulis dengan maksud untuk memperoleh data sekunder yaitu data-data yang didapat dari membaca yang berkaitan data yang sudah jadi yang diperoleh dari membaca literatur-literatur ilmiah yang mempunyai hubungan erat dengan obyek penelitian yaitu kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan di PT. Container Maritime Activities. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran tentang masalah yang akan dibahas serta memperoleh konsep yang diperlukan dalam pembahasan.

b. Metode riset lapangan (*field research method*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mendatangi PT.Container Maritime Activities secara langsung, untuk memperoleh data primer yaitu data yang

dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yang bersangkutan, misalnya menyebarkan kuesioner terhadap pelanggan yang melakukan proses penyelesaian -dokumen (DO) di PT. Container Maritime Activities Beberapa metode yang digunakan untuk memperoleh data antara lain:

1) Observasi

Melakukan pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan penelitian secara langsung di PT. Container Maritime Activities

Tabel 3.1

Tabel Indikator Untuk Observasi

No	Variabel	Indikator	Nomor Item Kuesioner
1	Pelayanan Dokumen	1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	1,2,3,4,5,
		2. Empati (<i>Emphaty</i>)	6,7,8,20,21
		3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	9,10,11,12
		4. Kehandalan (<i>reliability</i>)	13,14,15,16,24,25
		5. Jaminan (<i>assurance</i>)	17,18,19,22,23,26,27,28
2	Kepuasan Pelanggan	1. Perasaan puas terhadap pelayanan yang sesuai dengan aturan	1,2,3
		2. Terpenuhinya harapan pelanggan	4,5,6
		3. Kualitas Pelayanan Jasa	7,8,9,10,11,12,13
		4. Kemudahan Mendapatkan Pelayanan	14,15
		5. Kenyamanan Pelayanan	16,17,18

2) Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup. Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable.

Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen yang reliable adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin. 5 Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. C : Cukup
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

1. SS : 5
2. S : 4
3. C : 3
4. TS : 2
5. STS : 1

Validitas berarti kevalidan alat ukur dengan apa yang hendak diukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau objek yang ingin diukur. Reabilitas artinya memiliki sifat yang dapat dipercaya dan seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur dalam hal dan objek yang sama.

3) Dokumentasi

Dokumen adalah catatan tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu, semua dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang bersangkutan perlu dicatat sebagai sumber informasi (Gulo, 2002:123).

Menurut Prof. Dr. Suharsimi Arikunto (2006:158), dokumentasi berasal dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya. Teknik ini digunakan oleh penulis untuk mendukung data dan informasi yang penulis sajikan guna melengkapi penulisan skripsi, yaitu dengan cara melihat dokumen-dokumen, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti oleh penulis yang dimiliki oleh PT. Container Maritime Activities.

4) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan cara membaca, melihat, meneliti, mengutip dari buku-buku atau referensi yang disajikan, masukan atau bahan pertimbangan dan perbandingan mengenai apa yang dapat dilihat dari teori yang sudah ada. Studi pustaka ini bertujuan untuk memperoleh dasar-dasar teori dengan masalah yang akan dibahas.

C. SUBJEK PENELITIAN

1. Populasi

Populasi terdiri atas sekumpulan obyek yang menjadi pusat perhatian, yang daripadanya terkandung informasi yang ingin diketahui. Populasi yang diambil oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini yaitu pelanggan yang melakukan proses penyelesaian dokumen (DO) di PT. Container Maritime Activities.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2005), sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber dalam penelitian, yang mana adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, yang mana adalah merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasinya. Pemilihan sampel untuk penelitian ini dilakukan secara *Purpose Sampling* yaitu populasi yang dijadikan sampel

adalah populasi yang memenuhi kriteria dengan tujuan agar sampel yang diambil bisa lebih representatif dengan kriteria yang telah ditentukan.

Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Simple Random Sampling* (Simple Random Sederhana). Metode ini menerangkan bahwa semua elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama, bebas seimbang untuk dipilih menjadi sampel.

Perhitungan jumlah sampel dari populasi tersebut digunakan rumus *Taro Yamane* sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi (pengguna jasa)

e = Jumlah presisi 10% (0,1)

Berdasarkan pendapat diatas maka penulis akan mengambil sampel sebanyak :

$$n = \frac{100}{100(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{100}{100(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{100}{1 + 1}$$

$$n = \frac{100}{2} = 50 \text{ (responden)}$$

Sampel diambil dari total populasi yang merupakan perwakilan dari total populasi yang masuk dalam kriteria yang digunakan sebagai responden untuk menentukan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan penyelesaian dokumen D/O *online* di PT. Container Maritime Activities.

D. TEKNIK ANALISI DATA

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengemukakan :

Teknik penyelesaian masalah yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif merupakan metode yang berkaitan dengan penyajian data sehingga memberikan informasi yang berguna. Upaya penyajian ini

dimaksudkan untuk mengungkapkan informasi penting yang terdapat dalam data ke dalam bentuk yang lebih ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran. Deskripsi data.

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002: 154). Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus alpha α , karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket atau daftar pertanyaan yang skornya merupakan rentangan antara 1-5 dan uji validitas menggunakan item total, dimana untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus alpha α .

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Syaifuddin Azwar, 2000 : 3). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula *Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program *SPSS 25.0 for windows*.

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sekaran (2000: 312) yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

Jika alpha atau r hitung:

1. 0,8-1,0 = Reliabilitas baik
2. 0,6-0,799 = Reliabilitas diterima
3. kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik

Berdasarkan tingkat reliabilitas, hasil uji koefisien reliabilitas (r_{α}) terhadap kedua instrumen variabel yang diujikan kepada 50 responden selain responden

2. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto, 2002: 144). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan Rumus *korelasi product moment* yang dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto, (2002: 146) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \left\{ \sum x \right\} \left\{ \sum y \right\}}{N} \div \sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor items

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

(Suharsimi Arikunto, 2002 : 146)

Kesesuaian harga r_{xy} diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsultasikan dengan tabel harga regresi moment dengan korelasi harga r_{xy} lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir

instrumen tersebut valid dan jika r_{xy} lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

3. Uji Korelasi

Korelasi statistik adalah yang mengukur keserasian hubungan di antara dua variabel yang masing-masing diukur pada skala interval atau rasio, dengan asumsi bahwa masing-masing variabel itu terdistribusi menurut distribusi normal (Gulo, 2002:181).

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mencari saling hubungan atau keeratan hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) yang dinyatakan dalam (X) dan variabel tidak bebas (*dependent variable*) yang dinyatakan dalam (Y), adapun rumus mencari koefisien korelasi:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana :

r = Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel x dan y

x = *independent variable*

y = *dependent variable*

Besarnya r dapat dinyatakan dari $-1 < r < 1$, artinya :

- Bila $r = +1$ atau mendekati 1, ada hubungan antara variabel x dan variabel y, dimana hubungan sangat kuat dan positif.
- Bila $r = 0$, tidak ada hubungan antara variabel x dan variabel y atau sangat lemah.
- Bila $r = -1$ atau mendekati 1, ada hubungan antara variabel x variabel y, dimana hubungan sangat kuat dan negative.

Korelasi positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel X dan variabel Y. Artinya jika variabel X mengalami peningkatan, maka variabel Y akan mengalami peningkatan pula.

Korelasi negatif menunjukkan adanya hubungan berlawanan arah antara variabel X dan variabel Y. Artinya jika variabel X mengalami peningkatan, maka variabel Y akan berketerbalikan mengalami penurunan.

Penafsiran akan besarnya koefisien korelasi yang umum digunakan, antara lain :

0,00 – 0,19	= korelasi sangat rendah
0,20 – 0,39	= korelasi rendah
0,40 – 0,59	= korelasi cukup kuat
0,60 – 0,79	= korelasi kuat
0,80 – 1,00	= korelasi sangat kuat

4. Regresi Sederhana

Penelitian ini ada dua macam hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu bentuk hubungan dan keeratan hubungan. Untuk mengetahui bentuk hubungan digunakan untuk analisis regresi. “Analisis regresi dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna”. Kegunaan analisis regresi adalah “ untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebasnya (X) dua atau lebih”.

Regresi sederhana bertujuan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel. Model regresi sederhana adalah " $\hat{y} = a + bx$, dimana, \hat{y} adalah variabel terikat dan X adalah variabel bebas, a adalah penduga bagi intersap (α), b adalah penduga bagi koefisien regresi (β), dan α , β adalah parameter yang nilainya tidak diketahui sehingga diduga menggunakan statistik sampel" (Muhidin, 2009: 188).

Rumus yang dapat digunakan untuk mencari a dan b adalah:

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Keterangan :

x = Kompetensi SDM

y = Kinerja Pegawai

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

a = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefesien arah regresi

5. Analisis Koefisien Penentu atau Koefisien Determinasi ($KD = R^2$)

Analisis koefisien penentu yaitu untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) digunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi X dan Y

Fungsi dari koefisien determinasi (R^2), antara lain :

- a. Menentukan kelayakan penelitian menggunakan model regresi linier. Jika mendekati 1 maka layak digunakan, sedangkan apabila mendekati 0, maka tidak layak digunakan.
- b. Menentukan peranan variabel tak terikat dan mempengaruhi variabel terikat (%).

6. Uji hipotesis

Analisis uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hipotesis penelitian yang telah disusun semula dapat diterima berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Analisis uji hipotesis tidak menguji kebenaran hipotesis, tetapi menguji dapat diterima atau ditolaknya hipotesis yang bersangkutan (Gulo, 2002:153)

Uji hipotesis yang penulis gunakan adalah uji satu sisi (*one tail*), untuk melengkapi hasil perhitungan dengan menggunakan regresi dan korelasi, maka dilakukan uji hipotesis.

Rumusan Uji terhitung :

$$t_{hitung} = \frac{\sqrt{r(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t_{hitung} = t_{hitung}

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

Kriteria :

- 1) H_0 = hipotesis nol, artinya tidak ada hubungan antara variable X dan Y
- 2) H_a = Hipotesis alternatif, artinya antara variable X dengan Y ada hubungan yang signifikan
- 3) $H_0 : \rho = 0$, H_0 diterima sedangkan H_a ditolak, berarti tidak ada hubungan antara X terhadap Y
- 4) $H_a : \rho > 0$, H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima berarti ada hubungan antara X terhadap Y
- 5) jika $t_{hitung} < t_{tab}$, berarti tidak ada hubungan antara X terhadap Y
- 6) jika $t_{hitung} > t_{tab}$, berarti ada hubungan antara X dan Y

Kesimpulan :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tab}$ maka : H_0 diterima sedangkan H_a ditolak, berarti tidak ada hubungan antara X terhadap Y.
- 2) jika $t_{hitung} > t_{tab}$, maka : H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima, berarti ada hubungan antara X terhadap Y.

‘BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang permasalahan atau fakta yang terjadi dan menguraikan sebagian dari masalah yang penulis alami pada saat melaksanakan Praktek Darat. Adapun untuk memudahkan penelitian, penulis akan menyampaikan deskripsi data, antara lain :

1. Profil Perusahaan

CMA CGM dibentuk dari 2 (dua) perusahaan *shipping* Perancis yaitu CMA (*Compagnie Generale Maritime*) dan CMA (*Cimpagne Maritime d’Affretement*) yang bersatu menjadi sebuah perusahaan *shipping* kelas dunia. CMA sendiri merupakan perusahaan negara milik perancis yang didirikan pada tahun 1855 sedangkan CMA adalah perusahaan swasta yang didirikan oleh Jacques R.Saade pada tahun 1978. Pada tahun 1996, CGM diprivatisasi dan dijual ke CMA untuk membentuk CMA CGM. Dengan bersatunya 2 (dua) kekuatan *shipping* besar menjadikan CMA CGM sebagai *leading company* di Perancis dan berpengaruh kuat terhadap perdagangan laut di seluruh dunia.

Beberapa perusahaan *shipping* yang berhasil di akuisisi seperti DELMAS (Afrika) pada tahun 2005, CNC / Cheng Lie *Navigation Co.* (Taiwan) tahun 2007 dan ANL / *Australian National Lines* (Australia) tahun 2007, dan terbaru NOL/APL/*American President Lines* pada akhir tahun 2015.

pem Pembelian 4 (Empat) perusahaan *shipping* ini merupakan strategi CMA CGM untuk memperkuat posisi di pasar angkutan peti kemas sehingga menempatkan CMA CGM sebagai perusahaan peti kema terbesar nomor 3(tiga) di seluruh dunia. Perusahaan multi-internasional saat ini telah mengoprasikan 445 kapal dengan pangsa pasar 11.1% di dunia dan melayani 420 pelabuhan di 150 negara.

PT. Container Maritime Activities (CMA) mulai berdiri di Indonesia pada tahun 2002 sebagai *shipping agency*. Sebelumnya agensi CMA CGM di Indonesia adalah PT. Jardine Tama Transport dan Jasa. Karena ekspansi bisnis CMA group, manajemen perusahaan Jardine Tama Transport memutuskan untuk melebur dengan agen baru di Indonesia yaitu PT. Container Maritime Activities. Agensi ini memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor cabang, antara lain Medan, Surabaya, Semarang, Riau ditambah 7 (tujuh) sub-agen di Padang, Palembang, Bali, Banjarmasin, Pontianak, Samarinda, dan Bitung. Kemajemukan perbedaan negara dan benua merupakan tantangan tersendiri bagi manajemen *shipping* CMA CGM yang berpusat di Marseille, Perancis ini untuk mengoperasikan semua armada dan mengembangkan usaha di bidang pengangkutan peti kemas di seluruh dunia.

2. Visi dan Misi Perusahaan

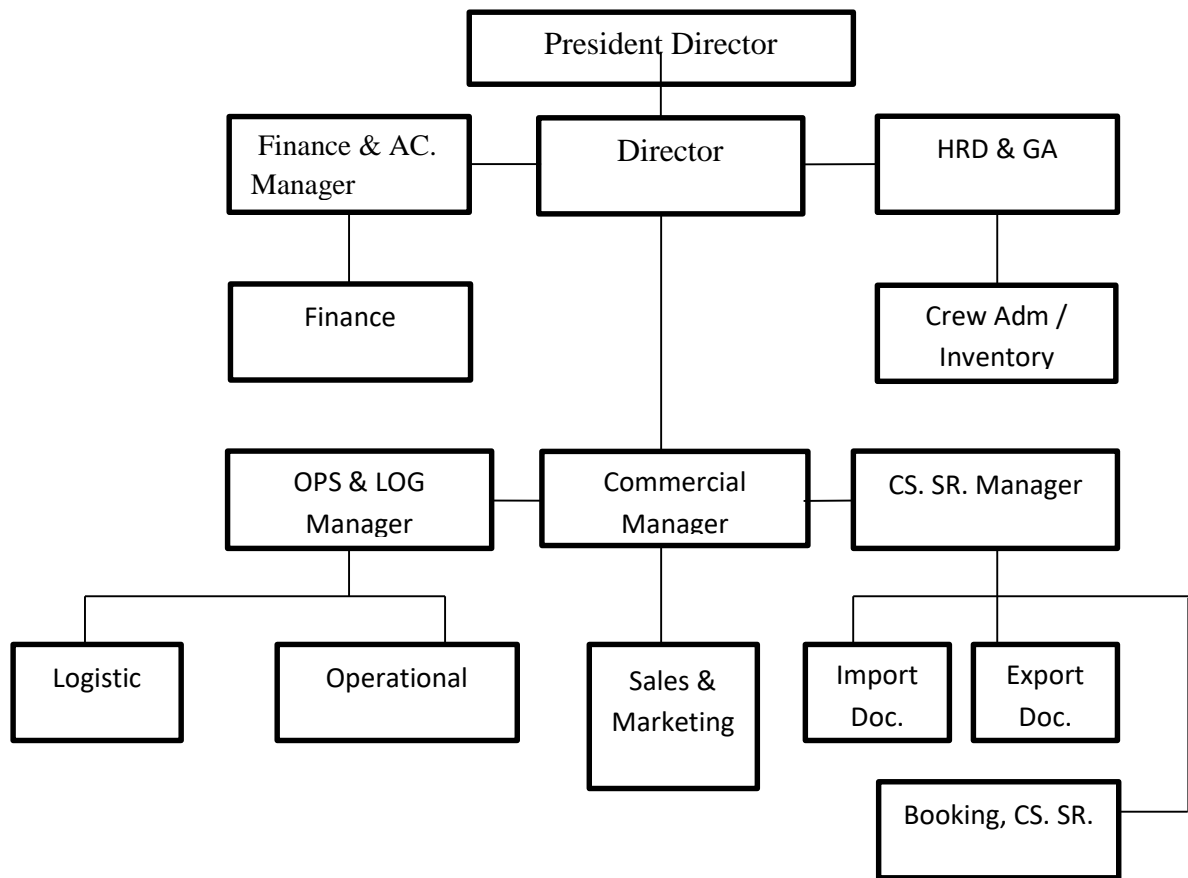
Visi: *“Willing to collaborate with customers to increase their benefits and offer the most suitable solution”* (Mengkolaborasi dengan pelanggan untuk meningkatkan keuntungan dan menawarkan solusi yang tepat).

Misi : *“Make our customer’s supply chains a strength for businesses through the implementation of innovative and suitable solution”*. (Memperkuat rantai pasokan bisnis dengan pelanggan melalui solusi yang sesuai dan inovatif).

3. Struktur Organisasi Perusahaan

CMA CGM Jakarta mempunyai struktur organisasi yang mempunyai tugas wewenang masing-masing, dan tanggung jawab memberikan kemudahan dalam pelayanan dan kepuasan konsumen guna peningkatan produktivitas perusahaan. Bentuk struktur organisasi yang digunakan oleh PT. CMA CGM Jakarta adalah bentuk organisasi fungsional dimana kekuasaan pimpinan dilimpahkan kepada para pejabat yang memimpin satuan dibawahnya dalam satuan bidang atau departemen pekerjaan tertentu dan dalam proses kerja setiap bidang berada dalam pengawasan direksi perusahaan.

Bagan 4.1 Struktur Organisasi CMA CGM Jakarta



Sumber : HRA & Crew CMA CGM Jakarta, 2018

Struktur organisasi CMA CGM Jakarta terhitung dari tahun 2018 diantaranya :

- | | |
|--|------------------------|
| a. CEO (<i>Chief Executive Officer</i>) | : Farid Belbouab |
| b. <i>Director</i> | : Fx. Irawan |
| c. <i>Commercial Manager</i> | : Soegito Sadelie |
| d. <i>Customer Service Manager</i> | : Martharia Sarumpaet |
| e. <i>Operational & Logistic Manager</i> | : T. Sanjaya H. Waduge |
| f. <i>Finance & Accounting Manager</i> | : Rika Lung |
| g. <i>Human Resource & GA</i> | : Destini Starvi |

Dari bagan diatas departemen yang berperan aktif terkait dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (D/O) *online* adalah departemen import.

Departemen Impor memiliki tugas antara lain:

- 1) Menyelesaikan dan merilis dokumen Delivery Order *online* ke pengguna jasa

- 2) Melakukan perpanjangan *extend Delivery Order*
- 3) Melakukan pengontrolan kepada *Idle Container*
- 4) Meberikan pemberitahuan NOA (*Notice Of Arrival*) dan melakukan pengaktifan *invoicing*
- 5) Berkordinasi dengan departemen *operational* terkait total *discharging* kapal
- 6) Berkordinasi dengan departemen *finance*, terkait pembayaran kewajiban biaya *handling container*, sebelum DO bisa diselesaikan.
- 7) Berkordinasi dengan deptsrtemen logistik , terkait dengan lokasi depo *container*

Tabel 4.1

Personil Departemen Import

Untuk mengetahui penyebab kualitas pelayanan terhadap kualitas pelanggan di PT. Container Maritime Activities khususnya pada departement import, berikut ini adalah petugas import berdasarkan–tabel dibawah ini:

Departemen	Name	Telp	Ext
Import Ass Manager	Tri Fivanti	+62 (021) 2854 6800	6940
JKT & Outport	Ali Syhbana	+62 (021) 2854 6800	6860
JKT & Outport	Mahsya Wiesela	+62 (021) 2854 6080	6858
JKT & Idl Container	Rahman Tambunan	+62 (021) 2854 6800	6895
JKT & Idl Container	Faradillah Basuki	+62 (021) 2854 6800	6963
Counter CMA	Shela Kamego	+62 (021) 2854 6800	6964
Cs Import	Rei Putri	+62 (021) 2854 6800	6949
Counter CMA	Yogi Harlan	+62 (021) 2854 6800	6964

4. Pelayanan Delivery Order di PT Container Maritime Activities

a. Supporting Dokumen pengambilan Delivery Order (D/O) online

Berikut ini adalah Supporting Document yang harus di upload dialam sistem E-casy antara lain:

- Surat Kuasa
- Surat Loi (Letter of Indemnity)

b. Cara pengambilan Delivery Order (D/O) *online*

- 1) buka akun untuk mendapatkan User ID/password di portal E-casy
- 2) Login (user / password)
- 3) pilih tipe tiket (Eksport, Import, Dropsit)
- 4) pilih brand (CMA/CNC/ANL&APL)
- 5) klik BL (1 tiket = 1 BL)
- 6) pilih “pick up at counter” Yes or No
Yes = ambil document D/O di counter CMA
No = Download dokumen D/O dari website
- 7) upload *payment receipt* dari bank
- 8) *upload supporting* dokumen
- 9) klik *submit*
- 10) selesai
- 11) Tunggu notifikasi dari petugas import

Dari proses tersebut petugas import akan mengecek nomer BL dan mengecek kesesuaian dengan *supporting* dokumen yang di upload di dalam sistem e-casy. Proses waktu yang dibutuhkan selama 4 menit untuk mengerjakan 1 no BL (Bill Of Lading).

Bagi pelanggan yang memilih *pick up at counter* akan datang ke *counter* CMA sesuai dengan jam yang telah ditentukan, membawa *supporting* dokumen sesuai dengan yang di tentukan oleh PT. Container Maritime Activities.

Dalam menunggu hasil respon dalam portal E-casy dinyatakan bahwa respon paling lama 4 jam setelah melakukan proses. Apabila telah melebihi waktu dari yang ditentukan dapat menghubungi petugas *customer service* import. Ada 2 kemungkinan hasil respon dari petugas import.

1. *Accepted*, dokumen Delivery Order (D/O) *online* di portal E-casy langsung keluar dan akan diberikan keterangan bahwa D/O dikirim via email yang terdaftar.
2. *Rejected*, dokumen Delivery Order (D/O) *online* tidak terbit karena ada kesalahan dokumen dan harus mengurangi kembali mengambil e-ticket untuk antrian baru di portal e-casy dan serta upload kembali bukti bayar dan dokumen pendukung.

Pelayanan dokumen Import dan Eksport di counter CMA dilakukan di Gedung Permata Kuningan 9th floor:

Hari Kerja : Senin-Jumat

Jam Kerja : 09.00 - 16.00

Istirahat : 12.00 - 13.00 , dan jumat pukul 11.30 -13.00

pukul 10.00-14.00, adalah waktu yang ditentukan oleh pengguna jasa untuk mengambil dokumen Delivery Order (DO) *online* di counter CMA. pelanggan dapat melakukan aktivitas sesuai dengan tiket yang ditentukan di sistem E-casy.

Petugas import kami akan melayani sampai selesai dan memeriksa *supporting* dokumen sebelum Delivery Order (D/O) *online* dirilis ke pengguna jasa.

Berikut ini adalah total dokumen Delivery Order (D/O) *online* selama tahun 2019.

Tabel 4.2

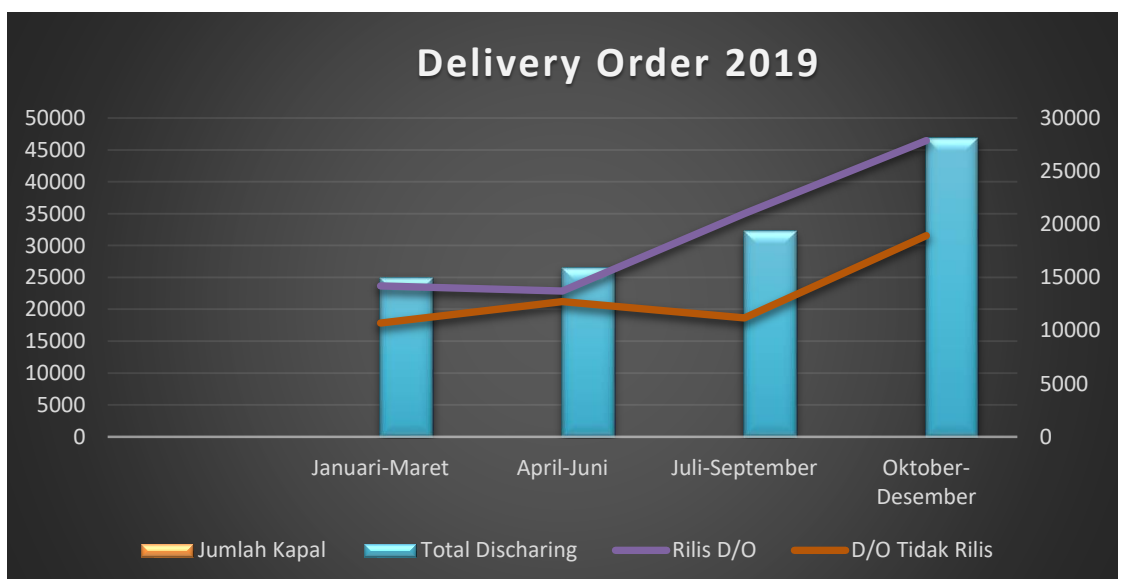
Total Delivery Order 2019

Bulan	Jumlah Kapal	Total Discharging	Total D/O Rilis	Total D/O Tidak Rilis
Januari-Maret	59	24922	14208	10714
April-Juni	52	26466	13730	12736
Juli-September	62	32214	21025	11189
Oktober-Desember	57	46830	27890	18940

Sumber: data departemen Import Tahun 2019

Grafik 4.1

Delivery Order 2019



Sumber: data departemen Import Tahun 2019

Dalam pengerjaan penyelesaian dokumen Delivery Order (D/O) *online* , petugas import dapat melakukan supporting dokumen pendukung yang di persyaratkan oleh PT. Container Maritime Activities, apabila tim *payment teams* mengkonfirmasi bahwa pembayaran kewajiban yang dibebankan kepada pengguna jasa telah dibayarkan, setelah itu petugas import akan mengecek kembali kelengkapan yang ada di dalam dokumen Delivery Order antara lain:

Freetime, adalah masa waktu penggunaan kontainer sejak tiba dipelabuhan tujuan sampai kontainer tersebut di kembalikan ke depo kontainer yang tertera di dalam dokumen Delivery Order. Sehingga petugas kami akan mengupdate *freetime* yang ada di dalam dokumen Delivery Order.

Depo *container*, petugas kami akan mengecek dimana depo *container* apakah sudah tertera didalam dokumen Delivery Order (D/O) *online*, apabila belum ada petugas import akan berkordinasi dengan logistik *teams* untuk mengupdate depo. *Extend Delivery Order*, menjadi perhatian bagi petugas import nutk mengecek masa berlaku *freetime* dari dokumen Delivery Order Yang akan dirilis ke pengguna jasa. Biasanya petugas import akan memberitahu apabila masa berlaku *freetime* sudah habis kepengguna jasa, sehingga pengguna jasa akan membayar biaya tambahan *extend Delivery Order* sesuai dengan berapa lama hari yang ingin digunakan oleh unit *container* tersebut.

Jadi dalam menyelesaikan dokumen Delivery Order (D/O) *online* petugaas import butuh waktu yang tidak sedikit. Butuh ketelitian dan kehatihatian sebulum bisa menyelesaikan dokumen Delivery Order (D/O) *online* ke pengguna jasa.

5. Data Demografi Koresponden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik-karakteristik dari pelanggan PT. Container Maritime Activities yang terpilih menjadi responden berkaitan dengan objek penelitian. Penggolongan terhadap pelanggan didasarkan pada jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Dari penggolongan ini akan diperoleh suatu kesimpulan mengenai keadaan responden. Penggolongan tersebut akan disajikan dalam tabel masing-masing berikut ini:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Data responden berdasarkan jenis kelamin

Uraian	Jenis kelamin	
	Pria	Wanita
Orang	42	8
Persen	88 %	12%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.3 menggambarkan bahwa dalam penelitian responden berdasarkan jenis kelamin pria 42 orang (84%) dan Wanita 8 orang (16%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang melakukan proses penyelesaian dokumen Delivery Order (D/O) *online* sebagian besar adalah pria.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.4

Data responden berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	21-30 tahun	20	40%
2.	31-40 tahun	18	36%
3	41-50 tahun	10	20%
4	> 50 tahun	2	4%
Jumlah		50	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.4 menggambarkan bahwa dalam penelitian usia responden yang melakukan proses pengambilan dokumen D/O adalah dengan usia 21-30 Tahun sebanyak 20 orang (50%), usia 31-40 Tahun sebanyak 18 orang (36%), usia 41-50 Tahun sebanyak 10 orang (20%), >50 Tahun sebanyak 2 orang (4%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang melakukan proses penyelesaian dokumen *Delivery Order* (D/O) sebagian besar berusia adalah 21-30 Tahun dengan jumlah 20 orang (50%) .

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5

Responden

Data demografi berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase
1.	SMP	-	-
2.	SMA	28	56%
3.	Diploma	7	14%
4	Sarjana (S1)	15	30%
5.	DII	-	-
Jumlah		50	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

menggambarkan bahwa dalam penelitian responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir adalah, tingkat pendidikan SMA sejumlah 28 orang (56%), tingkat pendidikan Diploma sejumlah 7 orang (14%), tingkat pendidikan Sarjana sejumlah 15 orang (30%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang melakukan proses penyelesaian dokumen Delivery Order (D/O) *online* sebagian besar memiliki tingkat pendidikan terakhir yaitu SMA dengan jumlah 28 orang (56%).

6. Deskripsi Hasil Penelitian

Setelah dilakukan penelitian di PT.Container Maritime Activities Indonesia menggunakan metode kuesioner mengenai pengaruh pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order (D/O) *online* terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan kepada 50 responden maka penulis dapat memberikan data hasil penelitian berupa tabel hasil perhitungan untuk variabel X dan tabel perhitungan untuk variabel Y dengan data terlampir.

Untuk mengolah data yang diperoleh dari jawaban-jawaban pertanyaan yang berasal dari kuesioner, maka hasil jawaban responden diolah berdasarkan indikator dari masing-masing variabel untuk nilai Variabel (X) Pelayanan

Dokumen D/O dari Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel :

1. Variabel Kualitas Pelayanan Dokumen Delivery Order (D/O)

Tabel 4.6

Tanggapan responden terhadap indikator bukti fisik

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
1. Keadaan fisik (kondisi ruang tunggu dan ruang pelayanan) di PT. Container Maritime Activities dalam keadaan baik.	31	17	2	0	0	4,46
Persentase %	62%	34%	2%	0	0	100%
2. Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana) di sangat lengkap	23	18	9	0	0	4,28
Persentase %	46%	36%	18%	0	0	100%
3. Materi komunikasi (Informasi dan petunjuk) di PT. Container Maritime Activities sangat jelas	29	11	10	0	0	4,38
Persentase %	48%	22%	20%	0	0	100%
4. Tata letak kantor PT. Container Maritime Activities mudah ditempuh dan strategis	26	16	7	1	0	4,34
Persentase %	42%	32%	14%	2%	0	100%
5. Penampilan pegawai PT.Container Maritime Activities	33	14	3	0	0	4,6
Persentase %	66%	28%	6%	0	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.7

Tanggapan responden terhadap indikator empati

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
6. peduli akan keinginan pelanggan.	30	13	5	2	0	4,42

Persentase %	60%	26%	10%	4%	0	100%
7. memposisikan sebagai pelanggan.	25	20	3	2	0	4,36
Persentase %	50%	40%	6%	4%	0	100%
8. Menjaga hubungan baik kepada pelanggan.	24	20	4	2	0	4,32
Persentase %	48%	40%	8%	4%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.8

Tanggapan responden terhadap indikator daya tanggap

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
9. Cepat dalam menerima dan memberikan umpan balik	25	19	5	1	0	4,36
Persentase %	50%	38%	10%	2%	0	100%
10. dapat berkerja sama dengan pelanggan	26	16	4	4	0	4,28
Persentase %	52%	32%	8%	8%	0	100%
11. Fleksibilitas waktu layanan/jam kerja sesuai dengan kondisi yang terjadi	26	14	7	3	0	4,26
Persentase %	52%	28%	14%	6%	0	100%
12. Kemudahan pihak CS Import untuk dihubungi melalui telepon.	26	16	7	1	0	4,34
Persentase %	52%	32%	14%	2%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.9

Tanggapan responden terhadap indikator kehandalan

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
13. Keakuratan pihak CS Import dalam melakukan pelayanan jasanya.	34	13	3	0	0	4,62
Persentase %	68%	26%	6%	0	0	100%

14. Konsisten dalam pelayanan jasa : kesesuaian jadwal yang telah ditentukan.	30	14	6	0	0	4,48
Persentase %	60%	28%	12%	0	0	100%
15. Kecepatan dan ketepatan dalam penyelesaian dokumen <i>Delivery Order</i> .	24	17	7	2	0	4,26
Persentase %	48%	34%	14%	4%	0	100%
16. Kehandalan dalam menggunakan sarana dan prasarana perusahaan	18	27	4	1	0	4,24
Persentase %	36%	54%	8%	2%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.10

Tanggapan responden terhadap indikator jaminan

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
17. Rasa aman dalam melakukan proses penyelesaian dokumen <i>Delivery Order</i>	29	11	10	0	0	4,38
Persentase %	58%	22%	20%	0	0	100%
18. Citra pelanggan terhadap PT. Container Maritime Activities	16	30	2	2	0	4,2
Persentase %	32%	60%	4%	4	0	100%
19. Ketelitian karyawan dalam membuat dan melayani pelanggan selama proses penyelesaian dokumen <i>Delivery Order</i>	33	14	3	0	0	4,6
Persentase %	66%	28%	6%	0	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.11
Tanggapan responden terhadap indikator empati

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
20. CS Import berkomunikasi dengan baik saat bertemu dengan pelanggan di loket pengambilan <i>Delivery Order</i>	28	11	9	2	0	4,3
Persentase %	56%	22%	18%	4%	0	100%
21. Etika berkomunikasi melalui telepon oleh pihak CS Import sangat baik dan mudah dipahami	29	15	5	1	0	4,44
Persentase %	58%	30%	10%	2%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.12
Tanggapan responden terhadap indikator jaminan

Pertanyaan	Respon					Mean
	SS	S	C	TS	STS	
22. dapat menjaga kerahasiaan pengguna jasa	38	9	3	0	0	4,7
Persentase %	76%	18%	6%	0	0	100%
23. Keadaan counter CMA dalam kondisi tertib dan aman dan sesuai dengan nomor antrian	35	10	3	2	0	4,56
Persentase %	70%	20%	6%	4%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.13**Tanggapan responden terhadap Kehandalan**

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
24. petugas Import mempunyai pemahaman dan tanggung akan pekerjaan yang dilakukan	29	16	4	1	0	4,3
Persentase %	58%	32%	8%	2%	0	100%
25. CS Import mengerti akan kesulitan yang dialami customer saat proses penyelesaian <i>Delivery Order</i>	23	19	8	0	0	4,3
Persentase %	46%	39%	16%	0	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.14**Tanggapan responden terhadap indikator Jaminan**

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
26. Percaya terhadap pelayanan yang diberikan	27	14	9	0	0	4,36
Persentase %	54%	28%	18%	0	0	100%
27. Tingkah laku petugas Import	23	21	5	1	0	4,32
Persentase %	46%	42%	10%	2%	0	100%
28. Menghormati dan menghargai terhadap pelanggan	26	21	2	1	0	4,44
Persentase %	52%	42%	4%	2%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Untuk dapat mengetahui rekapitulasi data variabel X (pelayanan dokumen DO) pada penelitian, maka dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini.

Tabel 4.15**Tabel rekapitulasi data variabel X**

No.Pertanyaan	Hasil Jawaban					Total
	SS	S	C	TS	STS	
1	31	17	2	0	0	50
2	23	18	9	0	0	50
3	29	11	10	0	0	50
4	26	16	7	1	0	50
5	33	14	3	0	0	50
6	30	13	5	2	0	50
7	25	20	3	2	0	50
8	24	20	4	2	0	50
9	25	19	5	1	0	50
10	26	16	4	4	0	50
11	26	14	7	3	0	50
12	26	16	7	1	0	50
13	34	13	3	0	0	50
14	30	14	6	0	0	50
15	24	17	7	2	0	50
16	18	27	4	1	0	50
17	29	11	10	0	0	50
18	26	21	3	0	0	50
19	33	14	3	0	0	50
20	28	11	9	2	0	50
21	29	15	5	1	0	50
22	38	9	3	0	0	50
23	35	10	3	2	0	50
24	29	16	4	1	0	50
25	23	19	8	0	0	50
26	27	14	9	0	0	50
27	23	21	5	1	0	50
28	26	21	2	1	0	50
Total	776	447	150	27	0	1400
Persentase	55.4%	31.9%	10.8%	1.9%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Dari rekapitulasi data variabel X diatas dapat dikatakan bahwa rata-rata responden memilih menjawab sangat setuju (SS) = 55.4%, setuju (S) = 31.9%, Cukup (C) = 10.8%, tidak setuju (TS) = 1.9%, sangat tidak setuju (STS) = 0. Hal ini dapat diartikan bahwa pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order *online* (DO) yang dilaksanakan PT. Container Maritime Activities sudah sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan atau mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.16

Tanggapan responden terhadap indikator perasaan puas terhadap pelayanan yang sesuai dengan aturan

Pertanyaan	Respon					Rata
	SS	S	C	TS	STS	
1. Saya merasa puas terhadap keakuratan petugas dalam melakukan pelayanan jasanya	21	18	7	4	0	4,12
Persentase %	42%	36%	14%	8%	0	100%
2. Saya merasa puas dengan konsistensi dalam pelayanan jasa kesesuaian jadwal yang telah ditentukan	18	21	10	1	0	4,12
Persentase %	36%	42%	20%	2%	0	100%
3. Pelayanan administrasi di PT. Container Maritime Activities dapat dilakukan dengan aman dan cepat	11	24	12	3	0	3,86
Persentase %	22%	48%	24%	6%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.17

Tanggapan responden terhadap indikator terpenuhinya harapan pelanggan

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	

4.Saya merasa puas dengan kepedulian petugas CS Import peduli akan keinginan pelanggan	12	30	6	2	0	4,04
Persentase %	24%	60%	12%	4%	0	100%
5.Saya merasa puas terhadap pihak CS Import yang dapat berkerja sama dengan konsumen	12	22	13	3	0	50
Persentase %	24%	44%	26%	6%	0	100%
6. Secara keseluruhan kinerja pihak CS Import PT. Container Maritim Activities sesuai dengan harapan pelanggan	21	18	9	2	0	3,86
Persentase %	42%	36%	18%	4%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.18

Tanggapan responden terhadap indikator kualitas pelayanan

Jasa

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
7.Saya merasa puas dengan petugas CS Import cepat menanggapi keluhan pelanggan	13	16	17	4	0	3,76
Persentase %	26%	32%	34%	8%	0	100%
8.Saya merasa puas dengan kecepatan tanggapan pihak CS Import dalam menangani keluhan pelanggan	19	20	9	2	0	4,12
Persentase %	38%	40%	18%	4%	0	100%
9. Saya merasa puas dengan kemampuan petugas yang dapat dipercaya	14	23	10	3	0	3,96
Persentase %	28%	46%	20%	6%	0	100%
10. Saya merasa puas terhadap keakuratan petugas dalam melakukan pelayanan jasanya	17	24	8	1	0	4,14

Persentase %	34%	48%	16%	2%	0	100%
11. Saya merasa puas dengan pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya (kesesuaian dengan <i>job description</i>).	9	26	15	0	0	3,88
Persentase %	18%	52%	30%	0	0	100%
12. Saya merasa puas dengan kinerja pegawai dapat diandalkan (professional dalam bekerja)	19	24	5	2	0	4,2
Persentase %	38%	48%	10%	4%	0	100%
13. Saya merasa puas dengan kinerja petugas yang dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (Ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)	17	19	13	1	0	4,04
Persentase %	34%	38%	26%	2%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.19

Tanggapan responden terhadap indikator kemudahan mendapatkan pelayanan

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
14. Saya merasa puas dengan materi komounkasi informasi dan petunjuk di PT. Container Maritime Activities	17	19	12	2	0	4,02
Persentase %	34%	38%	24%	16%	0	100%
15. Saya merasa puas terhadap pihak CS Import dalam kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat dan benar	12	24	9	5	0	3,86
Persentase %	24%	48%	18%	10%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Tabel 4.20

**Tanggapan responden terhadap indikator terpenuhinya
kenyamanan pelayanan**

Pertanyaan	Respon					Jumlah
	SS	S	C	TS	STS	
16. Saya merasa puas dengan keadaan fisik (kondisi pelayanan dan ruang tunggu dalam keadaan baik) di PT. Container Maritime Activities.	17	26	7	0	0	4,2
Persentase %	34%	52%	14%	0	0	100%
17. Saya merasa puas dengan kelengkapan sarana dan prasarana di PT. Container Maritime Activities.	17	23	9	1	0	4,12
Persentase %	34%	46%	18%	2%	0	100%
18. Saya merasa puas terhadap proses pengambilan nomor antrian di PT. Container Maritime Activites	14	24	10	2	0	4,0
Persentase %	28%	48%	20%	4%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Untuk dapat mengetahui rekapitulasi data variabel Y (kepuasan pelanggan) pada penelitian, maka dapat dilihat pada tabel 4.21 dibawah ini.

Tabel 4.21

Tabel rekapitulasi data variabel Y

No.Pertanyaan	Hasil Jawaban					Total
	SS	S	C	TS	STS	
1	28	18	4	0	0	50
2	22	24	3	1	0	50
3	24	15	9	2	0	50
4	23	21	5	1	0	50
5	23	22	5	0	0	50
6	21	14	15	0	0	50
7	23	19	7	1	0	50
8	26	18	6	0	0	50
9	24	19	6	1	0	50

10	20	22	7	1	0	50
11	21	22	6	1	0	50
12	20	21	8	1	0	50
13	22	22	6	0	0	50
14	23	20	7	0	0	50
15	22	19	7	2	0	50
16	21	22	7	0	0	50
17	26	19	4	1	0	50
18	21	25	4	0	0	50
Total	410	362	116	12	0	900
Persentase	45.5%	40.2%	12.8%	1.5%	0	100%

Sumber: Data dari kuesioner yang telah diolah

Dari rekapitulasi data variabel Y diatas dapat dikatakan bahwa rata-rata responden memilih jawaban sangat setuju (SS) = 45.5%, setuju (S) = 40.2%, Cukup (C) = 12.8%, tidak setuju (TS) = 1.5%, tidak setuju (STS) = 0. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan PT.Container Maritime Activities telah terpenuhi dengan tingkat pelayanan yang dilaksanakan.

Tabel 4.22

Perhitungan korelasi Pelayanan Dokumen DO (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Responden	Pelayanan Dokumen DO (X)	Kepuasan Pelanggan(Y)	X²	Y²	XY
1	115	72	13225	5184	8280
2	123	78	15129	6084	9594
3	97	61	9409	3721	5917
4	98	68	9604	4624	6664
5	94	68	8836	4624	6392
6	123	78	15129	6084	9594
7	131	84	17161	7056	11004
8	135	84	18225	7056	11340
9	132	83	17424	6889	10956
10	128	76	16384	5776	9728
11	118	77	13924	5929	9086

12	122	82	14884	6724	10004
13	132	58	17424	3364	7656
14	95	73	9025	5329	6935
15	130	80	16900	6400	10400
16	113	72	12769	5184	8136
17	118	71	13924	5041	8378
18	118	73	13924	5329	8614
19	97	69	9409	4761	6693
20	108	70	11664	4900	7560
21	121	74	14641	5476	8954
22	132	85	17424	7225	11220
23	133	83	17689	6889	11039
24	122	77	14884	5929	9394
25	125	79	15625	6241	9875
26	116	70	13456	4900	8120
27	112	62	12544	3844	6944
28	138	87	19044	7569	12006
29	132	84	17424	7056	11088
30	128	83	16384	6889	10624
31	126	75	15876	5625	9450
32	123	77	15129	5929	9471
33	133	86	17689	7396	11438
34	136	86	18496	7396	11696
35	136	88	18496	7744	11968
36	125	81	15625	6561	10125
37	128	83	16384	6889	10624
38	131	84	17161	7056	11004
39	129	83	16641	6889	10707
40	107	64	11449	4096	6848
41	128	82	16384	6724	10496
42	135	84	18225	7056	11340
43	124	73	15376	5329	9052
44	122	77	14884	5929	9394

45	133	82	17689	6724	10906
46	135	81	18225	6561	10935
47	134	83	17956	6889	11122
48	133	79	17689	6241	10507
49	134	82	17956	6724	10988
50	134	80	17956	6400	10720
Jumlah	6172	3871	768774	302235	480986

Sumber : Data dari Kuesioner yang diolah

B. ANALISIS DATA

Untuk memastikan apakah kedua variabel tersebut memiliki hubungan atau tidak, maka dapat diuji dengan analisis statistik. Dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan tentang pengaruh pelayanan penyelesaian dokumen DO terhadap kepuasan pelanggan di PT. Container Maritime Activities dengan metode sebagai berikut :

1. Uji Reabilitas

Uji Realibilitas digunakan sebagai alat pengumpul data instrumen variabel X dan Y untuk menunjukkann nilai konsistensi suatu variabel penelitian. Dibawah ini terdapat hasil statistik Realibilitas variabel X dan variabel Y dengan menggunakan aplikasi Ibm SPSS Subscription yaitu :

a. Hasil Statistik reabilitas variabel X

Tabel 4.23

Hasil Statistik Reabilitas Variable X

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,920	,920	28

Sumber : Data SPSS yang telah diolah

Pada tabel statistik Realibilitas variabel X tersebut terdapat 3 item hasil yaitu Cronbanch's Alpha sebesar 0,920, Cronbach's Alpha Based on Standardized items sebesar 0,920, dan N of items sebesar 28. Berdasarkan Kriteria Normally (1960), apabila Cronbach's lebih besar daripada 60% maka variabel kuisioner tersebut dianggap Reliabel, pada statistik Reliabilitas tersebut Cronbach's Alpha sebesar 0,920 atau 92% maka dapat dikatakan Variabel X termasuk Reliabel atau Handal.

b. Hasil Statistik reabilitas variabel Y

Tabel 4.24

Hasil Statistik Reabilitas Variable Y

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,855	,857	18

Sumber : Data SPSS yang telah diolah

Pada tabel statistik Realibilitas tersebut terdapat 3 item hasil yaitu Cronbach's Alpha sebesar 0,855 Cronbach's Alpha Based on Standardized items sebesar 0,857 dan N of items sebesar 18. Pada tabel statistik Reliabilitas tersebut Cronbach's Alpha sebesar 0,855 atau 85,5 % karena Cronbach's Alpha lebih besar dari 60% maka dapat dikatakan Variabel Y termasuk Reliabel atau Handal. Dari Kedua hasil tabel statistik Realibilitas tersebut menunjukkan bahwa variabel X dan variabel Y bersifat Realibel atau Handal, hal ini menunjukkan bahwa nilai konsistensi Instrumen Penelitian tersebut sudah baik.

2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji validitas data yaitu valid atau tidak validnya suatu data, dan menganalisis hubungan antara variabel X dan variabel Y yaitu ada atau tidak adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dibawah ini terdapat hasil validitas data variabel X dan variabel Y dengan menggunakan aplikasi Ibm SPSS Subscription yaitu :

a. Hasil Validitas X

Tabel 4.25

Validitas Variable X

Variable	Nilai R Hitung	Nilai r Table	Nilai sig	Keterangan
X1	0,384	0,279	0,000	valid
X2	0,649	0,279	0,000	valid
X3	0,627	0,279	0,000	valid
X4	0,533	0,279	0,000	valid
X5	0,524	0,279	0,000	valid

X6	0,675	0,279	0,000	valid
X7	0,476	0,279	0,000	valid
X8	0,678	0,279	0,000	valid
X9	0,551	0,279	0,000	valid
X10	0,490	0,279	0,030	valid
X11	0,711	0,279	0,000	valid
X12	0,609	0,279	0,000	valid
X13	0,489	0,279	0,000	valid
X14	0,536	0,279	0,000	valid
X15	0,541	0,279	0,000	valid
X16	0,300	0,279	0,034	valid
X17	0,428	0,279	0,002	valid
X18	0,684	0,279	0,000	valid
X19	0,652	0,279	0,000	valid
X20	0,612	0,279	0,000	valid
X21	0,722	0,279	0,000	valid
X22	0,514	0,279	0,000	valid
X23	0,810	0,279	0,000	valid
X24	0,599	0,279	0,000	valid
X25	0,279	0,279	0,050	valid
X26	0,616	0,279	0,000	valid
X27	0,587	0,279	0,000	valid
X28	0,487	0,279	0,006	valid

Sumber : Data SPSS yang telah diolah

Pada hasil validitas data variabel X menunjukkan hasil data yang valid karena mengacu pada ketentuan apabila nilai R Hitung > R Tabel maka dapat dikatakan data tersebut bersifat valid dan sebaliknya apabila R Hitung < R Tabel maka data tersebut bersifat tidak valid. Pada hasil data variabel X tersebut menunjukkan bahwa data tersebut merupakan data yang valid karena seluruh data nilai R Hitung lebih besar daripada nilai R Tabel, Hal ini menunjukkan terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel X dan variabel Y, Dapat dikatakan juga variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

b. Hasil Validitas Y

Tabel 4.26
Validitas Variable Y

Variable	Nilai R Hitung	Nilai R Table	Nilai sig	Keterangan
Y1	0,666	0,279	0,000	Valid
Y2	0,390	0,279	0,005	Valid
Y3	0,435	0,279	0,002	Valid
Y4	0,575	0,279	0,000	Valid
Y5	0,468	0,279	0,001	Valid
Y6	0,606	0,279	0,000	Valid
Y7	0,648	0,279	0,000	Valid
Y8	0,554	0,279	0,000	Valid
Y9	0,650	0,279	0,000	Valid
Y0	0,499	0,279	0,000	Valid
Y11	0,500	0,279	0,000	Valid
Y12	0,499	0,279	0,000	Valid
Y13	0,519	0,279	0,000	Valid
Y14	0,431	0,279	0,002	Valid
Y15	0,592	0,279	0,000	Valid
Y16	0,591	0,279	0,000	Valid
Y17	0,609	0,279	0,000	Valid
Y18	0,474	0,279	0,001	Valid

Sumber : Data SPSS yang telah diolah

Pada hasil data variabel Y tersebut menunjukkan bahwa data tersebut merupakan data yang valid karena seluruh data nilai R Hitung lebih besar daripada nilai R Tabel, Hal ini menunjukkan terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

Dari kedua hasil validitas tersebut dapat dikatakan bahwa hasil keduanya menunjukkan hasil yang valid, sehingga dapat dikatakan terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel X dan variabel Y.

3. Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment*

Untuk mengetahui bagaimana hubungan pelayanan dokumen DO *online* terhadap kepuasan pelanggan maka dilakukan uji analisis korelasi. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari responden, maka jika diterapkan dalam rumus akan diperoleh hasil sebagai berikut :

$$\begin{array}{ll} N &= 50 & \sum XY &= 480.986 \\ \sum X &= 6.172 & \sum X^2 &= 768.774 \\ \sum Y &= 3.871 & \sum Y^2 &= 302.235 \end{array}$$

Keseluruhan hasil tersebut dimasukkan ke dalam rumus korelasi *product moment*, maka dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n(\sum X^2) - (\sum X)^2)(n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

$$r = \frac{(50)(480.986) - (6.172)(3.871)}{\sqrt{((50)(768.774) - (6.172)^2)((50)(302.235) - (3.871)^2)}}$$

$$r = \frac{24.049.300 - 23.891.812}{\sqrt{(38.438.700 - 38.093.584)(15.111.750 - 14.984.641)}}$$

$$r = \frac{157.488}{\sqrt{(345.116)(127.109)}}$$

$$r = \frac{157488}{\sqrt{43.867.349.644}}$$

$$r = 0,75192888720$$

$$r = 0,75$$

Tabel 4.27
Hasil Uji SPSS Koefisien Korelasi

		kualitas pelayanan	kepuasan pelanggan
kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	,752**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

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

Tabel 4.28
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Internal Koefien	Tingkat Hubungan
Antara 0.00 – 1.99	Korelasi Sangat Rendah
Antara 0.20 – 0.399	Korelasi Rendah
Antara 0.40 – 0.599	Korelasi Sedang
Antara 0.60 – 0.799	Korelasi Kuat
Antara 0.80 – 1.00	Korelasi Sangat Kuat

Sumber : (Sugiono, 2012:257)

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui nilai $R = 0,75$ berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat dengan kepuasan pelanggan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* dan bersifat positif, artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan meningkat.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan penyelesaian dokumen DO (variabel x) dengan kepuasan pelanggan (variabel y) akan dilakukan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dimana untuk mengetahui nilai dari a dan b digunakan rumus :

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Maka akan didapatkan hasil sebagai berikut :

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(50)(480.986) - (6172)(3871)}{(50)(768774) - (6172)^2}$$

$$b = \frac{(50)(480.986) - (6172)(3.871)}{(50)(768.774) - (38.093.584)}$$

$$b = \frac{(24.049.300 - 23.891.812)}{(38.438.700) - (38.093.584)}$$

$$b = \frac{157.488}{345.116}$$

$$b = 0,4563335226$$

$$b = 0,45$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{3871 - (0,4563335226)(6.172)}{50}$$

$$a = \frac{3.871 - 2.816,490}{50}$$

$$a = \frac{1.054,51}{50}$$

$$a = 21,0902$$

$$a = 21,09$$

Pada perhitungan diatas nilai B pada Constant (a) adalah 21,09 sedangkan nilai Kompetensi (b) adalah 0,456 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21.09 + 0,456 X$$

Tabel 4.29

Tabel Statistik SPSS Regresi Linear

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21,090	7,161		2,945	,005
	kualitas pelayanan	,456	,058	,752	7,902	,000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Dengan persamaan ini berarti jika pemilihan strategi pemasaran tepat atau ditingkatkan satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat 0,45 kali pada konstanta 21.09. Artinya adalah antara koefisien Y dan X berbanding searah, yaitu apabila pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* dapat dilakukan dengan baik dan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan ada peningkatan.

5. Analisis Koefisien Penentu (*Coefficient Of Determination*)

Untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap naik turunnya variabel Y dapat dicari dengan rumus :

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

$$KP = 0,75^2 \times 100 \%$$

$$KP = 0,5625 \times 100 \%$$

$$KP = 56.25\%$$

Hasil perhitungan diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,75 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari hasil perhitungan diatas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,5625 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pelayanan dokumen DO) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah

sebesar 56,25%, sedangkan sisanya 43,75% dipengaruhi oleh variabel yang lain. Korelasi antara pelayanan dokumen DO dan kepuasan pelanggan signifikan.

6. Pengujian Hipotesis

Dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk mengetahui t_{hitung} digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,7519288872 \cdot \sqrt{50-2}}{\sqrt{1-(0,7519288872)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,7519288872 \cdot \sqrt{48}}{\sqrt{1-0,5653970514}}$$

$$t_{hitung} = \frac{5,2095161452}{0,6592442253}$$

$$t_{hitung} = 7,9022552573$$

$$t_{hitung} = 7,902$$

Dari hasil analisis ini dapat t_{hitung} adalah 7,902

Sedangkan hasil dari t_{tabel} :

$$t_{tabel} = (\alpha = 0,05 ; df = n - 2)$$

$$t_{tabel} = (\alpha = 0,05 ; df = 50 - 2)$$

$$t_{tabel} = (\alpha = 0,05 ; df = 48)$$

$$t_{tabel} = 1,677$$

Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,902 > 1,677$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

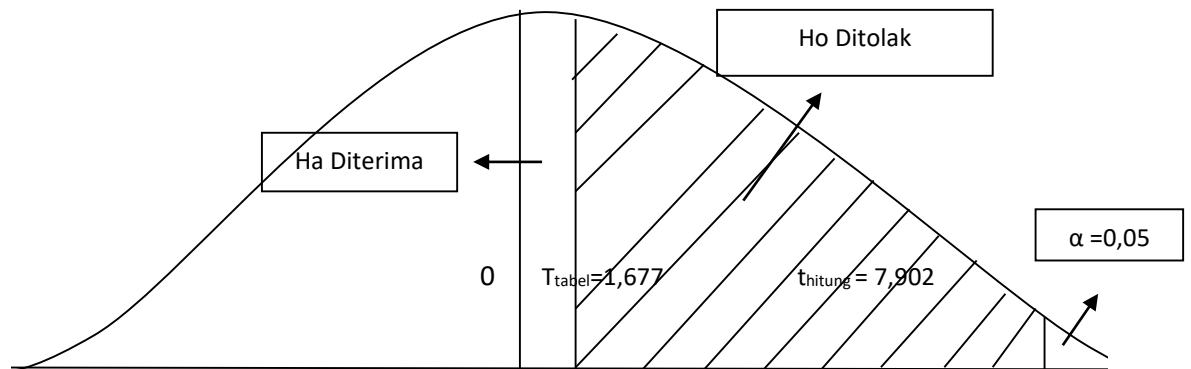
Artinya terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dokumen D/O (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y). Hipotesis ini dapat digambarkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.30
Titik Persentase Distribusi t (dk 41-80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171

Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,902 > 1,677$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan kuat antara kualitas pelayanan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Container Maritime Activities (variabel Y). Hipotesis ini dapat digambarkan dalam kurva sebagai berikut :

Gambar 4.1
Kurva Normal Uji Hipotesis



Dengan Hipotesis Sementara :

$H_0 : \mu = 0$ (tidak ada hubungan)

$H_a : \mu \neq 0$ (ada hubungan)

Dari gambar kurva hasil pengujian hipotesis diatas ternyata t_{hitung} berada pada daerah penolakan maka H_0 ditolak dan H_a diterima jadi ada hubungan antara kualitas pelayanan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Container Maritime Activities, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik dari petugas import PT. Container Maritime Activities mempunyai hubungan yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*.

C. PEMECAHAN MASALAH

Setelah dianalisa data yang telah dilakukan dapat diketahui kekurangan dan kelebihan dari masing-masing indikator yang terdapat dalam dimensi variabel. dari analisa data tersebut dapat diketahui hal-hal apa saja yang terdapat dalam kualitas pelayanan (variabel X) dalam penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* yang harus diperbaiki dan ditingkatkan untuk menjaga kepuasan pelanggan (variabel Y) di PT. Container Maritime Activities.

1) Variabel X (Kualitas Pelayanan)

- a) Keadaan fisik (kondisi ruang tunggu dan pelayanan) (4,46)
- b) Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana) (4,28)
- c) Materi komunikasi (informasi dan petunjuk) (4,38)
- d) Tata letak kantor (mudah ditempuh dan strategis) (4,34)
- e) Penampilan pegawai (4,6)

- f) peduli akan keinginan pelanggan (4,42)
- g) memposisikan sebagai pelanggan (4,36)
- h) Menjaga hubungan baik dengan konsumen (4,32)
- i) Cepat dalam menerima dan memberikan umpan balik (4,36)
- j) Dapat bekerja sama dengan konsumen (4,28)
- k) Fleksibilitas waktu/layanan jam kerja (4,26)
- l) Kemudahan petugas CS Import untuk ditelepon (4,34)
- m)Keakuratan pihak CS Import (4,62)
- n) Konsisten dalam pelayanan (kesesuaian dengan jadwal) (4,48)
- o) Kecepatan dan ketepatan (4,26)
- p) Keandalan dalam menggunakan sarana dan prasarana (4,24)
- q) Rasa aman dalam penyelesaian dokumen DO (4,38)
- r) Citra pelanggan terhadap PT. Container Maritime Activities (4,2)
- s) Ketelitian dari karyawan (4,6)
- t) CS Impor berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan di counter CMA (4,3)
- u) Etika berkomunikasi dengan pelanggan sangat baik dan mudah dipahami (4,4)
- v) Dapat menjaga kerahasiaan pengguna jasa (4,7)
- w)Keadaan loket dalam keadaan tertib dan aman (4,56)
- x) CS Import mengerti akan kesulitan yang dihadapi (4,3)
- y) Kepercayaan pelanggan kepada petugas Import (4,3)
- z) Mempunyai pemahaman dan tanggung jawab akan pekerjaan (4,36)
- aa) Tingkah laku petugas Import (4,32)
- bb) Menghormati dan menghargai pelanggan (4,44)

2) Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

- a) Saya merasa puas terhadap keakuratan petugas dalam melakukan pelayanan jasanya (4,12)
- b) Saya merasa puas dengan konsistensi dalam pelayanan jasa kesesuaian jadwal (4,12)
- c) Pelayanan administrasi dapat dilakukan dengan cepat dan aman (3,86)
- d) Saya merasa puas dengan kepedulian CS Import akan keinginan pelanggan (4,04)
- e) Saya merasa puas dengan CS Import dapat bekerjasama dengan pelanggan (3,86)

- f) Secara keseluruhan kinerja pihak CS Import sesuai dengan harapan pelanggan (3,86)
- g) Saya merasa puas dengan petugas CS Import cepat menanggapi keluhan pelanggan (3,76)
- h) Saya merasa puas dengan ecepat tanggapan CS Import dalam menganggapi keluhan pelanggan (4,12)
- i) Saya merasa puas dengan kemampuan petugas Import yang dapat dipercaya (3,96)
- j) Saya merasa puas terhadap keakuratan petugas dalam melakukan pelayanan jasanya (4,14)
- k) Saya merasa puas dengan kesesuaian (job description) petugas Import (3,88)
- l) Saya merasa puas dengan kinerja pegawai dapat diandalkan (4,2)
- m) Saya merasa puas dengan kinerja petugas yang dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, dan keamanan) (4,04)
- n) Saya merasa puas dengan materi komunikasi informasi dan petunjuk di PT. Container Maritime Activities (4,02)
- o) Saya merasa puas terhadap pihak CS import dalam kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat dan benar (3,86)
- p) Saya merasa puas dengan keadaan fisik (kondisi pelayanan dan ruang tunggu dalam keadaan baik) (4,2)
- q) Saya merasa puas dengan kelengkapan sarana dan prasarana (4,12)
- r) Saya merasa puas terhadap proses pengambilan nomor antrian (4,0)

1. Variabel X yaitu kualitas pelayanan yang memiliki rata-rata skor tertinggi untuk variabel kualitas pelayanan adalah dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator petugas Import PT. Container Maritime Activities dapat menjaga kerahasiaan pengguna jasa dengan skor 4,7 indikator ini harus dipertahankan karena dengan menjaga kerahasiaan pengguna jasa mereka merasa aman dalam proses penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*. Sehingga tidak ada penyelewengan wewenang terutama bagi petugas import yang melakukan proses penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*.

Tak hanya kesalahan sistem kebocoran data terkadang juga diakibatkan oleh human error. Untuk itu, selalu mengingatkan petugas import untuk selalu berhati-hati terutama dalam menjaga data privasi pelanggan yang berkaitan dalam proses

penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*. Minta untuk seluruh karyawan terutama petugas import untuk waspada terhadap email yang berasal dari pengirim yang tidak dikenal, selain itu biasakan mereka untuk mengenali masing-masing pelanggan yang berinteraksi dengan metode pencocokan data. Hal ini untuk menghindarkan bocornya data pelanggan ke orang-orang yang berpotensi kriminal.

Hasil analisis yang memiliki nilai rata-rata skor terendah untuk variabel kualitas pelayanan adalah dimensi jminan (*assurance*) dengan indikator citra pelanggan terhadap PT.Container Maritime Activities dengan nilai rata-rata skor 4,2 Indikator ini harus ditingkatkan dengan cara memberikan jaminan pelayanan yang terbaik bagi pengguna jasa khususnya dalam proses penyelesaian dokumen Delivery Order (D/O) *online*. Karena dengan meningkatkan jaminan pelayanan yang terbaik bagi pengguna jasa akan menimbulkan citra yang baik bagi PT. Container Maritime Activities.

Untuk meningkatkan citra positif di mata pelanggan perlu dilakukan antara lain:

- a. memperhatikan pentingnya kesan awal
- b. pendekatan awal dapat mempengaruhi hubungan selanjutnya,
- c. jangan membuat pelanggan lain menunggu,
- d. sapa lah pelanggan dengan menyebut namanya
- e. usahakan selalu bersikap ramah sampaikan salam swsuai waktu
- f. pada waktu berbicara pandanglah matanya
- g. tersenyum setiap saat dengan tesenyum akan menimbulkan aura positif, kegembiraan dapat menampilkan wajah berseri
- h. berbicara dengan jelas dengan kata-kata yang dipahami pelanggan
- i. menghindari beban pikiran yang akan menyebabkan perhatian pelanggan pecah.

2. variabel Y yaitu kepuasan pelanggan yang memiliki nilai rata-rata skor tertinggi untuk variabel kepuasan pelanggan adalah dimensi kualitas pelayanan jasa pada indikator saya merasa puas dengan kinerja pegawai dapat diandalkan (profesional dalam bekerja) dengan nilai rata-rata skor 4,2 dan dimensi terpenuhinya kenyamanan pelayanan pada indikator saya merasa puas dengan kondisi fisik (kondisi pelayanan dan ruang tunggu) dengan nilai rata-rata skor 4,2.

Indikator ini harus dipertahankan kinerja pegawai dapat diandalkan (profesional dalam bekerja) dan keadaan fisik(kondisi pelayanan dan ruang tunggu). Apabila hal tersebut sudah dilakukan oleh perusahaan PT.Container Maritime Activities akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sedangkan yang memiliki nilai rata-rata skor terendah untuk variabel kepuasan pelanggan PT.Container Maritime Activities adalah dimensi kualitas pelayanan jasa pada indikator saya merasa puas dengan petugas customer service import cepat menanggapi keluhan pelanggan dengan nilai rata-rata skor 3,76 indikator ini harus ditingkatkan karena petugas customer service impor berperan penting dalam menanggapi keluhan pelanggan yang terkait pada saat proses penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*.

Untuk meningkatkan dalam menanggapi keluhan pelanggan petugas import dapat melakukan hal antara lain:

- a. Menjadi pendengar yang baik
- b. Ajukan pertanyaan dengan sopan
- c. Tempatkan diri anda diposisi mereka pelanggan
- d. Memohon maaf
- e. Tanyakan solusinya terhadap pelanggan
- f. Selesaikan masalah

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Analisis yang Penulis lakukan mengenai pengaruh pelayanan penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Container Maritime Activities, maka pada akhir penulisan ini Penulis mencoba memberikan kesimpulan yang diantaranya sebagai berikut :

1. Hasil analisis mengenai dimensi variabel yang memiliki rata-rata skor tertinggi untuk variabel kualitas pelayanan adalah dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator petugas Import PT. Container Maritime Activities dapat menjaga kerahasiaan pengguna jasa dengan skor 4,7 indikator ini harus dipertahankan karena dengan menjaga kerahasiaan pengguna jasa mereka merasa aman dalam proses penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*. Sehingga tidak ada ada penyelewengan wewenang terutama bagi petugas import yang melakukan proses penyelesaian dokumen Delivery Order (DO) *online*.
2. Hasil Analisis mengenai dimensi variabel yang memiliki nilai rata-rata skor tertinggi untuk variabel kepuasan pelanggan adalah dimensi kualitas pelayanan jasa pada indikator saya merasa puas dengan kinerja pegawai dapat diandalkan (profesional dalam bekerja) dengan nilai rata-rata skor 4,2 dan dimensi terpenuhinya kenyamanan pelayanan pada indikator saya merasa puas dengan kondisi fisik (kondisi pelayanan dan ruang tunggu) dengan nilai rata-rata skor 4,2

B. SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah Penulis kemukakan, maka pada bab terakhir ini penulis akan memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Meningkatkan indikator skor terendah pada variabel kualitas pelayanan yaitu citra pelanggan pada PT Container Maritime Activities dengan cara.
 - a. Jangan sungkan terhadap masukan dari pelanggan.
 - b. Bangun kultur perusahaan yang baik.
 - c. Memperhatikan kualitas pelayanan di *back office*.
 - d. *Membakup* apabila salah satu dari petugas import tidak bisa hadir.
 - e. Meningkatkan kordinasi dengan departemen lain, dalam hal ini departemen keuangan, *logistic* dan operasional.
 - f. Mengadakan rapat mingguan, untuk mengevaluasi dari berjalanya program departemen import.
 - g. Pemberian *reward* dan *punishment* bagi karyawan yang mampu mengerjakan pekerjaannya dengan baik, dan bagi karyawan yang belum optimal dalam bekerja.
2. Meningkatkan indikator terendah pada variabel kepuasan pelanggan yaitu cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan pada PT. Container Maritime Activities antara lain :
 - a. Menambah petugas CS Import, agar mempermudah dan mempercepat pekerjaan yang ada.
 - b. Memperhatikan kesejahteraan karyawan.
 - c. Pembagian tugas dan tanggung jawab secara berimbang.
 - d. Menambah fasilitas sarana dan prasarana, untuk menunjang kegiatan petugas CS Import.
 - e. Selalu berkordinasi dengan IT departemen, apabila ditemukan kendala pada sistem jaringan.
 - f. Mengantisipasi kemungkinan terburuk dengan cara program latihan berkala, terutama pada departement import, sehingga dapat mengantisipasi dan meminimalisir kerugian yang akan datang seputar komplain dari pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, James G., (2003). *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta.
- Bowen, J, and Shoemaker, S (1998), *Loyalty: A Strategy Commitment*, Cornell H.R.A,Quarterly, Vol 2. pp. 12-25.
- Fandy, Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang:Bayu Media,2006),273
- Fitzsimmons, James A., and Mona J. Fitzsimmons. (2011). *Service Management: Operations, Startegy, Infromation Technology* (7th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. PT.Indeks Kelompok Gramedia:Jakarta,2005.Hal 54)
- Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. PT.Indeks Kelompok Gramedia:Jakarta,2005.Hal 54)
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Sembilan. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Penerbit PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Purwadarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta:Balai Pustaka,1996),245
- Ratminto dan Atik, *Manajemen Pelayanan*,Yogyakarta:Pustaka Pelayar,2005,H.2
- Supranto, Johannes.(2006).*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan:Untuk Menaikan Pangsa Pasar*.Jakarta:PT Asdi Mahasatya
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing*, Sixth Edition. America: Mc Graw Hill.