

**PENGARUH KINERJA PELAYANAN DAN JAMINAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA ANGKUTAN BARANG PADA PT
AGRO KARYA BERSAMA DI PONTIANAK**

Kelvin Febryanto

Email: kelvin_febryanto22@yahoo.com

Program Studi: Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan kinerja pelayanan dan jaminan, untuk mengetahui pengaruh kinerja pelayanan dan kualitas jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak. Metode pada penelitian ini adalah metode kausalitas dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan studi documenter. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa kualitatif dan kuantitatif menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Serta menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kinerja pelayanan dan jaminan terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Kesimpulan yaitu apabila PT Agro Karya Bersama menciptakan kinerja pelayanan yang baik serta didukung dengan jaminan keamanan barang yang diberikan maka akan turut meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Adapun saran yang diberikan penulis adalah penyusunan kebijakan pelayanan dan peningkatan jaminan terhadap barang yang dikirim.

KATA KUNCI: Kinerja Pelayanan, Kualitas Jaminan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Kualitas jasa yang bagus merupakan hal yang penting dalam menciptakan kepuasan pada pelanggan, untuk kualitas barang lebih mudah untuk di nilai, tetapi kualitas jasa sangat sulit untuk dinilai. Barang atau produk memiliki bentuk fisik dan tampilan serta kegunaan yang dapat di lihat secara langsung. Sedangkan jasa tidak memiliki bentuk fisik dan juga tidak di hasilkan melalui proses produksi. Jasa hanya dapat dirasakan pada saat dirasakan seperti kinerja pelayanan yang baik. Kemudian dalam memberikan jaminan kepada konsumen menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dan dinilai penting dalam jasa pengiriman barang. Konsumen akan merasa yakin jika perusahaan dapat memberikan jaminan terhadap barang yang akan dikirim oleh konsumen sampai dengan tujuan. Jasa di berikan secara langsung saat di beli dan setelah digunakan maka jasa tersebut tidak dapat disimpan.

Dengan kinerja pelayanan dan jaminan yang baik membuat konsumen merasa yakin dalam menggunakan jasa angkutan barang. PT Agro Karya Bersama adalah salah satu jasa angkutan barang melalui laut yang berlokasi di Jl. Arteri Supadio Ruko Indah Lestari No. 1-2 yang mempunyai harga yang cukup terjangkau. Dengan lokasi yang cukup besar dan luas, jasa angkutan ini buka setiap senin-sabtu dari jam 08.30 sampai dengan jam 17.30. Saat ini juga mulai bermunculan jasa angkutan barang via laut yang membuat PT Agro Karya Bersama memiliki beberapa pesaing.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kebijakan kinerja pelayanan dan jaminan jasa angkutan yang diterapkan PT Agro Karya Bersama di Pontianak dan berapa besar pengaruh kinerja pelayanan dan jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian pemasaran menurut Kotler (2005: 10): “Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain”.

Sedangkan menurut American Marketing Association (2007) yang dikutip oleh Tjiptono (2014: 4) “Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas”.

Dapat disimpulkan bahwa dalam pemasaran kita tidak hanya sekedar melakukan kegiatan jual beli tetapi juga bagaimana cara kita menjalin hubungan dengan konsumen setelah penjualan untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

Kinerja pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe Menurut Rust, *et al.*, (1996):

1. *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu.

2. *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar dari pada yang diperkirakan akan diterima.
3. *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa menurut Parasuraman, et al., (1988) yang dikutip oleh Tjiptono (2014: 282) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati, (*Emphaty*) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Berwujud (*Tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Buzzell & Gale (1987) yang di kutip oleh Tjiptono (2005: 258): “Kualitas jasa berhubungan positif dengan pangsa pasar, reputasi perusahaan dan kemampuan menetapkan premium harga”. Dapat di lihat bahwa kualitas jasa memiliki peranan penting dalam hubungannya terhadap konsumen yang akan berpengaruh terhadap perusahaan itu sendiri.

Menurut Kotler (2001) Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

Bagi seorang konsumen jaminan yang diberikan oleh perusahaan merupakan cerminan terhadap pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kerja yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Tingkat pengetahuan mereka

akan menunjukkan tingkat kepercayaan bagi pelanggan, sikap ramah, sopan yang menunjukkan perhatian pada pelanggan.

Menurut Lethinen dan Lehtinen (1991) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2016): “Mengajukan dua dimensi kualitas jasa: *process quality* (faktor yang dievaluasi pelanggan selama jasa disampaikan) dan *output quality* (faktor yang dievaluasi setelah jasa disampaikan)”.

Menurut Simamora (2004: 15): “Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku sesudah pembelian”. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakhir jauh setelah pembelian.

1. Pengenalan Masalah
Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan akan suatu produk. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara yang nyata dan yang diinginkan. Kebutuhan ini disebabkan karena adanya rangsangan internal maupun eksternal.
2. Pencarian Informasi
Seorang konsumen yang terdorong kebutuhannya mungkin atau mungkin juga tidak, akan melakukan pencarian informasi lebih lanjut.
3. Evaluasi Alternatif
Konsumen memroses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir.
4. Keputusan Pembelian
Pada tahap evaluasi, konsumen menyusun merek-merek dalam himpunan pilihan serta membentuk niat pembelian. Biasanya ia akan memilih merk yang disukai. Tetapi ada pula faktor yang mempengaruhi seperti sikap orang lain dan faktor-faktor keadaan yang tidak terduga.
5. Perilaku Sesudah Pembelian
Tahapan ini merupakan tahapan di mana konsumen telah melakukan suatu kegiatan pembelian terhadap suatu produk, dari kegiatan pembelian tersebut konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

Oleh sebab itu keputusan pembelian akan menunjukkan bahwa konsumen merasa tertarik untuk menggunakan jasa dan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang jika merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini keputusan pembelian adalah perilaku dimana pelanggan merasa yakin terhadap pelayanan dan jaminan yang diberikan oleh perusahaan dan berniat menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan kerangka pemikitan penelitian diatas, hipotesisnya adalah:

- Ho : Tidak terdapat pengaruh antara kinerja pelayanan dan jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak
- H₁ : Terdapat pengaruh antara kinerja pelayanan yang tercermin dalam kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.
- H₂ : Terdapat pengaruh antara jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode desain penelitian kausalitas, dimana penulis ingin meneliti pengaruh antara kinerja pelayanan dan jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PT Agro Karya Bersama di Pontianak sebanyak 687 pelanggan.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling*, dimana penentuan responden melalui pertimbangan tertentu dengan jumlah responden sebanyak 88 orang.

Adapun teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Services* (SPSS) versi 22. Serta menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kinerja pelayanan dan kualitas jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

PEMBAHASAN

1. Uji Korelasi

TABEL 1
HASIL ANALISIS UJI R DAN R²
Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.868 ^a	.754	.748	1.293	.754	130.029	2	85	.000

a. Predictors: (Constant), Jaminan, Kinerja Pelayanan

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Hasil Output SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil tabel 1, pada pengujian Model Summary^b diketahui bahwa besarnya hubungan antara X_1 dan X_2 terhadap Y dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,868 atau 86,80 persen, hal ini menunjukkan terdapat hubungan kuat antar variabel bebas, artinya hasil tersebut dapat diketahui bahwa H_0 ditolak serta H_1 dan H_2 diterima. Jadi, variabel X_1 (Kinerja Pelayanan) dan X_2 (jaminan) terhadap Y (Keputusan Pembelian) mempunyai hubungan korelasi yang kuat.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pada Tabel 1 menunjukkan kontribusi atau sumbangan secara simultan variabel X_1 (Kinerja Pelayanan) dan X_2 (jaminan) terhadap Y (Keputusan Pembelian) adalah 0,754 atau 75,40 persen dan sisanya sebesar 24,60 persen ditentukan oleh variabel lain-lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, sehingga H_0 ditolak serta H_1 dan H_2 diterima. Masing-masing variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempengaruhi keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

3. Uji Regresi Berganda

Hasil dari nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel secara terpisah dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

TABEL 2
HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA DAN UJI t PENGARUH
KINERJA PELAYANAN DAN JAMINAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.219	1.089		2.955	.004
Kinerja Pelayanan	.644	.092	.683	6.985	.000
Jaminan	.205	.094	.213	2.175	.032

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Hasil Output SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, persamaan regresi berganda yaitu:

$$Y = 3.219 + 0,644X_1 + 0,205X_2$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut didapatkan nilai konstanta sebesar 3,219 berarti bahwa jika variabel kinerja pelayanan dan jaminan sama dengan nol atau constant, maka keputusan pembelian adalah sebesar 3,219. Intepretasi dari hasil regresi pada tabel 2 adalah:

a. Variabel Kinerja Pelayanan

Nilai koefisien regresi X_1 pada variabel kinerja pelayanan sebesar 0,644 menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel independen yaitu kinerja pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dengan demikian juga berarti bahwa setiap perubahan pada variabel X_1 (kinerja pelayanan) sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan keputusan pembelian sebesar 0,644 satuan. Sebaliknya penurunan sebesar 0,644 pada variabel kinerja pelayanan akan menurunkan keputusan pembelian.

b. Variabel Jaminan

Nilai koefisien regresi X_2 pada variabel jaminan sebesar 0,205 menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel independen yaitu jaminan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dengan demikian juga berarti bahwa setiap perubahan pada variabel X_2 (jaminan) sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan keputusan pembelian sebesar 0,205 satuan. Sebaliknya penurunan sebesar 0,205 pada variabel jaminan akan menurunkan keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan pengujian menggunakan uji f dan uji t.

a. Uji F

TABEL 3
HASIL ANALISA UJI F PENGARUH KINERJA PELAYANAN DAN
JAMINAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.933	2	217.467	130.029	.000 ^b
	Residual	142.158	85	1.672		
	Total	577.091	87			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), Jaminan, Kinerja Pelayanan

Sumber: Hasil Output SPSS 22, 2017

Dari Tabel 3 dapat diketahui berdasarkan nilai signifikansi, karena uji F menunjukkan nilai Sig. sebesar $0,000 < \alpha = 0,050$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($130,029 > 3,104$), maka artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (kinerja pelayanan dan jaminan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) pada konsumen PT Agro Karya Bersama di Pontianak, artinya model penelitian layak sehingga model yang telah dibangun dapat memberikan penjelasan baik pada variabel dependen (keputusan pembelian).

b. Uji t

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa uji t yang telah dilakukan, dengan taraf kesalahan derajat bebas sebesar 5 persen (0,050) didapatkan kesimpulan yaitu:

1) Pengujian terhadap variabel kinerja pelayanan

Dari Tabel 2, nilai t_{hitung} yang diperoleh yaitu 6,985 dan nilai t_{tabel} yaitu 1,663 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,985 > 1,663$). Selain itu nilai sig. t_{hitung} sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,0644 maka variabel kinerja pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya H_1 diterima sehingga terdapat

pengaruh antara kinerja pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

2) Pengujian terhadap variabel jaminan

Dari Tabel 2, nilai t_{hitung} yang diperoleh yaitu 2,175 dan nilai t_{tabel} yaitu 1,663 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,175 > 1,663$). Selain itu nilai sig. t_{hitung} sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05 ($0,032 < 0,05$), serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,205 maka variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya H_2 diterima sehingga terdapat pengaruh antara jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab III, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. PT Agro Karya Bersama di Pontianak telah menjalankan kebijakan kinerja pelayanan dan jaminan dengan sangat baik yang dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak
2. Dari Hasil penelitian menggunakan program *Stastical Product and Services* (SPSS) versi 22 variabel kinerja pelayanan dan jaminan terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak secara parsial dan simultan sehingga H_0 ditolak serta H_1 dan H_2 diterima.
3. Dari hasil jawaban responden dari penelitian dapat disimpulkan variabel kinerja pelayanan dan jaminan memberikan pengaruh yang cukup besar yaitu sebesar 74,80 persen terhadap keputusan menggunakan jasa angkutan barang pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang ada, maka penulis mencoba untuk memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan

bahan pertimbangan bagi PT Agro Karya Bersama di Pontianak dan juga bagi penelitian berikutnya. Saran-saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. PT Agro Karya Bersama di Pontianak hendaknya meningkatkan kinerja pelayanan dengan mengutamakan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Hal ini perlu dilakukan agar konsumen merasakan adanya kenyamanan dan kepuasan dalam menikmati jasa angkutan barang sehingga pelanggan bersedia untuk menggunakan kembali jasa angkutan pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.
2. PT Agro Karya Bersama di Pontianak hendaknya meningkatkan keamanan dari barang yang dikirim oleh pelanggan. Dalam hal ini PT Agro Karya Bersama bekerja sama dengan perusahaan asuransi yaitu PT Asuransi Jasa Indonesia (persero). Dengan bekerja sama dengan perusahaan asuransi diharapkan konsumen akan merasa yakin pada PT Agro Karya Bersama di Pontianak.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. PT Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2001 Prinsip-Prinsip Pemasaran (Principles of Marketing), edisi kedelapan, jilid 1. Jakarta: Erlangga. Mengutip dari Agustyn dan Santoso. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kantor POS Purwokerto)". *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 2 Nomor 2 (2013), pp.1-8
- Simamora, Bilson. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. 2014. Metode Riset Pemasaran, cetakan kesatu. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality and Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005 Pemasaran Jasa, edisi pertama, cetakan kedua. Malang: Bayumedia Publishing.