

The Effect Of The Service System To Use The Loyalty Of Service Users Using Agricultural Services In PT. Surveyor Indonesia

Pengaruh Sistem Pelayanan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture Di PT. Surveyor Indonesia

Krinisba A Waruwu¹, Suci Octaviani², Kevin Fransiskus³, Holfian Daulat Tambun Saribu^{4*}

Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}

holfiandts@yahoo.co.id*

*Corresponding Author

ABSTRACT

The purpose of the study was to examine and analyze the effect of Reliability, Responsiveness and Assurance on the Loyalty of Service Users Using Agriculture Services at PT. Indonesian Surveyors. Population; totaling 197 customers and the number of samples as many as 132 customers. technique; sampling; used is simple random sampling. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis. The results showed that partially and simultaneously Reliability, Responsiveness and Assurance had a positive and significant effect on the Loyalty of Service Users Using Agricultural Services at PT. Indonesian Surveyors.

Keywords: Reliability, Responsiveness, Assurance, Service User Loyalty, Agriculture Services

ABSTRAK

Tujuan Penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Reliability, Responsiveness* dan *Assurance* terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Populasi berjumlah 197 pelanggan dan jumlah sampel sebanyak 132 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan secara simultan *Reliability, Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia.

Kata Kunci : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Loyalitas Pengguna Jasa, Jasa Agriculture*

1. Pendahuluan

Persaingan di dunia bisnis industri jasa sekarang kian meningkat. Meningkatnya persaingan tersebut ditandai dengan banyaknya jumlah dan variasi usaha jasa yang ada di kota Singaraja, sehingga menuntut para usahawan untuk lebih cekatan dalam memilih peluang usaha. Banyak usaha yang dapat digeluti di zaman sekarang. Sektor yang mulai tumbuh dan banyak berdiri adalah usaha di sektor jasa. Industri ini berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi yang dibutuhkan masyarakat.

Loyalitas pelanggan memegang peranan sangat penting dalam organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Loyalitas pelanggan meliputi komponen sikap dan komponen perilaku pelanggan. Komponen sikap pelanggan merupakan gagasan seperti niat kembali untuk membeli produk atau layanan tambahan dari perusahaan yang sama, kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, demonstrasi komitmen kepada perusahaan dengan menunjukkan perlawanan jika ada keinginan beralih ke pesaing lain dan kesediaan untuk membayar dengan harga premium. Pada perusahaan PT. Surveyor Indonesia terjadi

penurunan tingkat loyalitas pelanggan yang terlihat dari penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan Jasa Agriculture.

Dalam hal pengiriman barang dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepercayaan dan loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan sering menjadi pokok pembicaraan orang dalam hal pemuasan kebutuhan. Banyak para ahli telah memberikan definisi tentang kualitas pelayanan dengan ungkapan yang berbeda-beda, tetapi yang terkandung didalamnya adalah sama yaitu kualitas pelayanan pada dasarnya meliputi upaya memenuhi harapan pelanggan sesuai dengan spesifiknya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang diperoleh. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan positif atau baik. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas ideal.

Sistem pelayanan dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*. *Reliability* atau kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan. *Reliability* atau kehandalan pada Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia mengalami penurunan yang terlihat dari perusahaan belum dapat memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya kepada para pelanggan yang berkaitan dengan informasi yang tidak tepat waktu dalam pengiriman barang sehingga memicu penurunan tingkat kesetiaan pelanggan dalam menggunakan jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia.

Responsiveness atau ketanggapan adalah kualitas pelayanan yang paling dinamis. *Responsiveness* atau ketanggapan pada Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia yang masih belum baik sehingga memicu kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang kurang melayani dengan tanggap terhadap keluhan ataupun masalah yang sedang dihadapi pelanggan yang berkaitan dengan pengguna jasa Agriculture.

Selain itu, *Assurance* atau jaminan yaitu kemampuan para karyawan untuk menemukan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. Walaupun perusahaan memberikan asuransi apabila setiap pengiriman barang tetapi biaya asuransi ditanggung oleh konsumen dan cukup mahal sehingga memicu keluhan pelanggan. Pada perusahaan ini terjadi kekurangan barang ketika sampai di lokasi pelanggan sehingga memicu penurunan kepercayaan pelanggan.

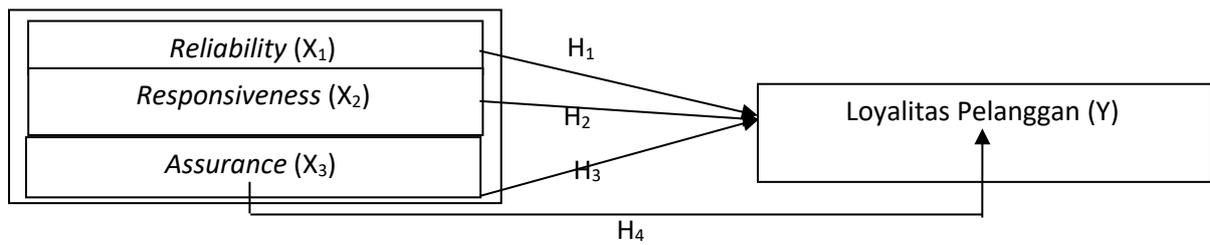
2. Tinjauan Pustaka

Menurut Kotler dan Keller (2015), Kemampuan *Reliability* untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Adam (2019), *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap dilihat dari kemampuan staff yang cepat memberikan pelayanan serta menangani keluhan pada pelanggan dan berdampak pada tingkat kesetiaan pelanggan.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2016), *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan staff untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan sehingga menciptakan tingkat kepuasan yang pada akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan.

Dengan kerangka konseptual yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Menurut Nugroho (2017) bahwa hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : *Reliability* berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia
- H₂ : *Responsiveness* berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia
- H₃ : *Assurance* berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia
- H₄ : *Reliability, Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 197 pelanggan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 132 pelanggan. Dalam penelitian ini, ada tiga teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari penelitian ini hasil analisis regresi yakni:

Tabel 1.
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.819	2.032		4.339	.000
	Reliability	.257	.088	.211	2.916	.004
	Responsiveness	.517	.093	.442	5.591	.000
	Assurance	.305	.104	.212	2.937	.004

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

$$Y = 8,819 + 0,257 X1 + 0,517 X2 + 0,305 X3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 8,819 yang menunjukkan variabel *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* dianggap nol (0) maka Loyalitas Pelanggan sebesar 8,819. Nilai satuan regresi *Reliability* sebesar 0,257 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1, maka Loyalitas Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,257 satuan. Nilai satuan regresi *Responsiveness* sebesar 0,517 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1, maka Loyalitas Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,517 satuan. Nilai satuan regresi *Assurance* sebesar 0,305 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1, maka Loyalitas Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,305 satuan.

Koefisien Determinasi Hipotesis

Adapun hasil determiniasi yakni:

Tabel 2.
Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.492	.480	7.252

a. Predictors: (Constant), Assurance, Reliability, Responsiveness

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

Loyalitas Pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* sebesar 48% sedangkan sisanya sebesar 52 % (100% - 48%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti Harga, Promosi dan sebagainya.

Pengujian Signifikansi Secara Simultan

Penguji F adalah:

Tabel 2.
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6508.541	3	2169.514	41.252	.000 ^b
	Residual	6731.793	128	52.592		
	Total	13240.333	131			

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

b. Predictors: (Constant), Assurance, Reliability, Responsiveness

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

Nilai F hitung (41,252) > F tabel (2,68) dan probabilitas signifikansi 0,000 < 0,05, berarti bahwa H_4 diterima H_0 ditolak *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia.

Pengujian Signifikansi Secara Parsial

Uji t adalah :

Tabel 4.
Uji Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	8.819	2.032		4.339	.000
	Reliability	.257	.088	.211	2.916	.004
	Responsiveness	.517	.093	.442	5.591	.000
	Assurance	.305	.104	.212	2.937	.004

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau 2,916 > 1,979 dan signifikan yang diperoleh 0,004 < 0,05, berarti bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yaitu *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau 5,591 > 1,979 dan signifikan yang diperoleh 0,000 < 0,05, berarti bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yaitu *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau 2,937 > 1,979 dan signifikan yang diperoleh 0,004 < 0,05, berarti bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yaitu *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia.

Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau 2,916 > 1,979 dan signifikan yang diperoleh 0,004 < 0,05, berarti bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yaitu *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Hasil ini sejalan dengan menurut Kotler dan Keller (2015:143), Kemampuan *Reliability* untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. *Reliability* atau kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan. *Reliability* atau kehandalan pada Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia mengalami penurunan yang terlihat dari perusahaan belum dapat memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya kepada para pelanggan yang berkaitan dengan informasi yang tidak tepat waktu dalam pengiriman barang sehingga memicu penurunan tingkat kesetiaan pelanggan dalam menggunakan jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia

Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau 5,591 > 1,979 dan signifikan yang diperoleh 0,000 < 0,05,

berarti bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yaitu *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Hasil ini sejalan dengan menurut Adam (2019:72), *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap dilihat dari kemampuan staff yang cepat memberikan pelayanan serta menangani keluhan pada pelanggan dan berdampak pada tingkat kesetiaan pelanggan. *Responsiveness* atau ketanggapan adalah kualitas pelayanan yang paling dinamis. *Responsiveness* atau ketanggapan pada Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia yang masih belum baik sehingga memicu kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang kurang melayani dengan tanggap terhadap keluhan ataupun masalah yang sedang dihadapi pelanggan yang berkaitan dengan pengguna jasa Agriculture.

Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau 2,937 > 1,979 dan signifikan yang diperoleh 0,004 < 0,05, berarti bahwa H_1 diterima H_0 ditolak yaitu *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Hasil ini sejalan dengan menurut Sangadji dan Sopiah (2016:214), *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan staff untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan sehingga menciptakan tingkat kepuasan yang pada akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan. *Assurance* atau jaminan yaitu kemampuan para karyawan untuk menemukan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. Walaupun perusahaan memberikan asuransi apabila setiap pengiriman barang tetapi biaya asuransi ditanggung oleh konsumen dan cukup mahal sehingga memicu keluhan pelanggan. Pada perusahaan ini terjadi kekurangan barang ketika sampai di lokasi pelanggan sehingga memicu penurunan kepercayaan pelanggan.

5. Penutup

Berdasarkan pembahasan diperoleh secara parsial dan secara simultan *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Menggunakan Jasa Agriculture di PT. Surveyor Indonesia. Hendaknya perusahaan dapat memkasimalkan peranan tarif, kualitas produk dan kualitas.

Bagi Perusahaan PT. Surveyor Indonesia yakni meningkatkan *Reliability* dengan memastikan informasi yang akurat kepada pelanggan, memperbaiki *Responsiveness* dengan memastikan keluhan ditanggapi dengan baik dan memperbaiki aturan *Assurance* yang lebih optimal

Daftar Pustaka

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hidayat. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Kotler, Philip dan Keller. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.

- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapan dengan R*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Lovelock. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Cetakan Kesatu. Bandung : Pustaka Setia
- Nugroho. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Parasuraman. 2018. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sangadji, Mamang, Etta, Sopiah. 2016. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Ed.1, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sulastiyono 2018. *Manajemen Pemasara Teori dan Implementasi*. Ed. 2, Yogyakarta : Andi Offset..
- Sunyoto, Danang. 2014. *Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
- _____. 2016. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Sujarweni, V Wiratna. 2014. *Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- _____. 2015. *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran..* Yogyakarta : ANDI Offset.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2017. *Pemasaran Strategi*. Ed 2. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu,