

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Eksportir Jasa Freight Forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia

Miftahul Khasanah<sup>1</sup>, Muhammad Akbar<sup>2</sup>  
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi  
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

### **Abstract.**

*The purpose of this study was to analyze (1) the effect of quality on Exporter Loyalty (2) the effect of satisfaction on Exporter Loyalty (3) the effect of Quality and Satisfaction on Exporter Loyalty. The type of research used was quantitative because it emphasizes testing theories through measuring research variables with numbers and analyzing data using statistical procedures. The population in this study were customers who used freight forwarding services, with a sample selection of 47 people. From the results of the study, it can be concluded that there is an effect of quality variable on Exporter Loyalty, thus if the quality is improved, there will be an increase in Exporter Loyalty in freight forwarding services at PT. Oriental Logistik Indonesia. There is also a significant effect of the satisfaction variable on Exporter Loyalty. The effect of the two variables can be said to be significant. This happens because there is an effect of quality and satisfaction on the loyalty of exporters of Freight forwarding services at PT. Oriental Logistik Indonesia.*

**Keywords:** *Quality, Satisfaction, Exporter Loyalty*

*Cronicle of Article: Received (02,04,2023); Revised (07,04,2023); and Published (11,04,2023).*

*©2023 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

**Profile and corresponding author** Miftahul Khasanah adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* [Khasanahmiftahul2@gmail.com](mailto:Khasanahmiftahul2@gmail.com)

**How to cite this article :** Khasanah, Miftahul., Akbar, Muhammad (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Eksportir Jasa Freight Forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia *Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis*, 3(2)., pp. 170-177 Available at: <http://JAMBIS>

## PENDAHULUAN

PT. Oriental Logistik Indonesia adalah salah satu perusahaan jasa *Freight forwarding* yang bertaraf International dengan pelayanan yang khusus melayani jasa pengangkutan domestik dan International seperti jasa *freight forwarding* dan Expedisi Muatan Kapal (EMKL), *Bea Masuk (Custom Clearance)* dan layanan *Trucking* yang lengkap dan memudahkan para pelanggan melakukan pengiriman barang. Semua kegiatan pengiriman barang sudah bersedia, kepercayaan dan tanggung jawab setiap pesanan sangat diperhatikan, karena ini adalah salah satu tujuan utama perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Dalam hal ini PT. Oriental Logistik Indonesia. Berusaha memberikan pelayanan yang optimal, dengan terus merumuskan strategi yang meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas yang pada akhirnya akan mempengaruhi peningkatan jumlah customer atau para eksportir lain untuk melakukan pesanan ulang jasa (*Repeat order*). Beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan terhadap pemakaian jasa tersebut adalah kualitas, kepuasan terhadap Loyalitas Eksportir.

### Tujuan Penelitian

penjelasan perumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan peneliti, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Eksportir jasa Freight Forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia
2. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan terhadap Loyalitas Ekportir jasa freight Forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap Loyalitas Eksportir jasa Freight Forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia.

### 1. Pengertian Administrasi Bisnis

Administrasi Niaga atau yang sekarang menjadi populer dengan sebutan Administrasi Bisnis, adalah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerja sama antara dua orang atau lebih dalam upaya mencapai suatu tujuan, merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia. Sebagai ilmu, administrasi mempunyai objek, subjek, dan metode. Objek dari ilmu administrasi adalah orang-orang dengan perilakunya, subjek yang dipelajari adalah bentuk atau bagian serta mekanisme kerja sama, sedangkan metode merupakan cara atau pemikirannya yang dikembangkan untuk mencapai tujuan dari kerja sama tersebut. Di dalam ilmu administrasi bisnis mempunyai objek, subjek, dan metode.

Dalam hal ini, objeknya adalah manusia dan perilakunya, subjek yang dipelajari adalah bentuk, bagian, dan mekanisme kerja sama, sedangkan metode adalah cara atau ide yang dikembangkan dalam upaya mencapai tujuan kerja sama yang dilakukan. Objek dari ilmu administrasi adalah orang-orang dan perilakunya, subjek yang dipelajari adalah bentuk-bentuk atau bagian-bagian serta mekanisme kerja sama, sedangkan metode adalah cara atau pemikirannya yang dikembangkan untuk menciptakan tujuan dari kerja sama tersebut. Administrasi bisnis merupakan sebuah subsistem sosial yang mengintegrasikan masukan menjadi keluaran dalam upaya pemenuhan kebutuhan manusia.

### 2. Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage*, yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan fungsi-fungsi manajemen. Manajemen adalah sebuah proses yang

dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya. Untuk lebih memahami pengertian manajemen, para ahli mengemukakan, pengertian manajemen yang melihat dari berbagai sudut pandang. Menurut David (2013: 130):

“Manajemen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan manajerial yang dibagi dalam 5 aktivitas pokok yaitu, perencanaan, pengontrolan pengorganisasian, permotivasian dan penempatan staff individu atas semua obyek atau situasi yang berhubungan.”

Menurut Ismail Solihin di dalam bukunya Pengantar Manajemen (2010: 4):

“Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian dari berbagai sumber organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien”.

Menurut Irham Fahmi dalam bukunya (2011: 2):

“Manajemen adalah suatu ilmu dan seni yang mempelajari secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan dan mengelola orang-orang dengan latar belakang yang berbeda-beda dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.”

### **1. Manajemen Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik para pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Ada beberapa pendapat mengenai pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang kelihatannya berbeda. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi yang berbeda-beda.

Menurut Kotler dan Keller (2012: 27):

“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value customers, clients, partners, and society at large.”

Menurut Daryanto (2011: 11):

“Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.”

### **2. Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono 2005 kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan konsumen dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan.

### **3. Kepuasan**

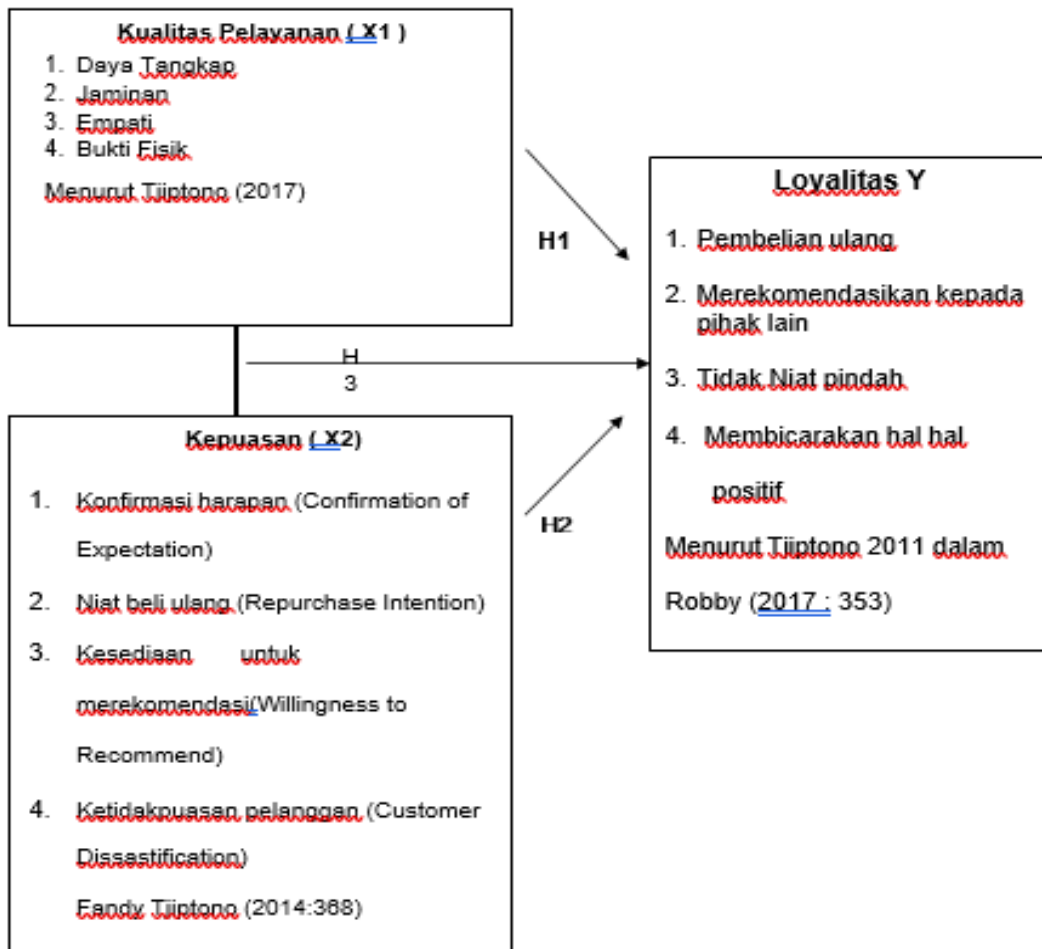
Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Menurut Kotler (2005) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Setelah mengonsumsi produk konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa, konsumen tidak akan membeli produk yang sama di kemudian hari.

### **4. Loyalitas Eksportir**

menurut Tjiptono (2002), mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu : Pembelian ulang, kebiasaan mengonsumsi merek tersebut, selalu menyukai merek tersebut, tetap memilih merek tersebut, yakni bahwa merek tersebut yang terbaik,

merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

### Kerangka Konseptual



### METODE PENELITIAN

#### Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penelitian skripsi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode sebuah penelitian yang berfokus pada sebuah filsafat yang memiliki nilai positif ( Sugiyono 2014 dikutip dalam Nirmala : 2017,P.45) . Dalam melakukan penelitian, penelitian kuantitatif menggunakan populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan statistik yang nantinya akan memberikan keterangan atau penjelasan terkait data yang sebelumnya dikumpulkan dari berbagai proses penelitian . penelitian kuantitatif merupakan penelitian menggunakan variabel yang sudah dioperasionalkan, menurut Indrawan dan Yaniawati (2016) pendekatan kuantitatif adalah upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang bersifat angka, data dalam angka-angka tersebut selanjutnya diolah dan dikerjakan menggunakan rumus statistik berdasarkan variabel-variabel yang sudah dioperasionalkan berdasarkan skala ukur tertentu dengan skala nominal, interval, dan ratio dalam

sebuah penelitian. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas dan kepuasan terhadap loyalitas eksportir layanan jasa freight forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia

### Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama dilokasi penelitian. Pengumpulan data ini dilakukan dengan metode kuesioner.
2. Data sekunder adalah Data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs di internet. Dari uraian diatas metode pengambilan data dalam penelitian ini.

### Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu proses peneliti yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dan Teknik analisis data regresi linear berganda. Teknik ini digunakan untuk mengetahui atau memperoleh gambaran mengenai pengaruh kualitas dan kepuasan terhadap loyalitas Eksportir pelayanan jasa Freight Forwarding pada PT Oriental Logistik Indonesia , alat pengolah data yang digunakan disini adalah SPSS 24.

#### 1. Instrumen Uji coba

##### a. Uji Validitas

Total Correlation pada tabel item- total Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan Statistical Program For Social Science (SPSS).

- Jika nilai yang dimiliki  $r$  hitung  $>$  nilai  $r$  table, maka data tersebut dinyatakan valid
- Jika nilai yang dimiliki  $r$  hitung  $<$  nilai  $r$  table, maka data tersebut dinyatakan tidak valid

##### b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui validitas dan realibitas suatu instrument maka item pada mirnov ov perlu diuji dengan sampel yang diambil pada wilayah populasi.

- Jika  $r$ -alpha positif dan lebih besar dari  $r$ -tabel maka pernyataan tersebut reliabel
- Jika  $r$ -alpha mirnov dan lebih kecil dari  $r$ -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
- Jika nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6 maka reliable
- Jika nilai Cronbach's Alpha  $<$  0,6 maka tidak reliable Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha  $>$  dari 0,6

#### 2. Analisis Rata-rata tanggapan Responden

Dalam suatu metode analisis, analisis ini dilakukan dengan menggunakan skala hitung likert guna memperoleh kumpulan data yang diperlukan, maka melakukan penyebaran suatu kuesioner pada responden guna dapat menyimpulkan tanggapan dan perilaku yang diberikan responden.

Dengan rincian skala likert sebagai berikut :

- a) Skor 1 jika jawaban responden sangat tidak setuju ( STS )
- b) Skor 2 jika jawaban responden tidak setuju ( TS )
- c) Skor 3 jika jawaban responden kurang setuju ( KS )
- d) Skor 4 jika jawaban responden setuju ( S )
- e) Skor 5 jika jawaban responden sangat setuju ( SS )

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Teknik yang digunakan yaitu dengan analisis kolmogorov-smirnov. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah:

- Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hal ini berarti data tersebut berdistribusi secara normal
- Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hal ini berarti data tersebut berdistribusi secara tidak normal

#### 4. Uji Multikolinearitas

Kriteria pengambilan keputusan dengan nilai tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

- Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau nilai VIF  $\leq 10$ , berarti tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau nilai VIF  $\geq 10$ , berarti terjadi multikolinieritas

#### 5. Uji Analisis Regresi

Regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas dan kepuasan terhadap Loyalitas Eksportir.

Rumus regresi linier berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan X1 = Kualitas X2 = Loyalitas Eksportir a = Intercept coefficient (nilai Y, bila X1, X2)

b1 b2 = Koefisien masing-masing variable X1, X2 e = Kesalahan residu (error)

Sugiono, 2016

#### 1. Uji T (Persial )

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

- Jika tingkat signifikansinya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika tingkat signifikansinya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen

### Uji F ( simulat )

Pada uji F digunakan guna menguji seberapa besar tingkat signifikansinya berpengaruh atau tidak nya variabel bebas secara mirnov-sama ( simultan ) terhadap suatuvariabel terikat.

Kesimpulan :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan  $sig > 0,05$ , maka Haditerima .

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ , maka Haditolak

### Uji Kofisien Determinasi

Uji ini mempunyai tujuan untuk mengetahui nilai seberapa besar kemampuan yang dimiliki oleh variabel independent untuk menjelaskan seberapa besar nilai yang dimiliki oleh variabel dependen. Dalam output SPSS dapat dilihat nilai koefisien determinasi berada pada posisi tabel Model Summary dan tertulis dalam tabel tersebut Adjusted R Square. Apabila nilai  $r^2$  sebesar 1, itu artinya pengaruh variabel dependen secaramenyeluruh dapat dijelaskan oleh variabel mirnov ov . Jika nilai yang dimiliki tabel Adjusted  $r^2$  berkisar 0 sampai dengan 1, itu artinya semakinkuat kemampuan yang dimiliki oleh variabel mirnov ov sehingga dapat menjelaskan pengaruh variabel tersebut

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Eksportir jasa freight forwarding PT. Oriental Logistik Indonesia. Selanjutnya Berdasarkan pada uji t nilai pada variabel kualitas pelayanan (  $X_1$  ) memiliki nilai t hitung sebesar 3,335 dan t tabel dengan nilai 2,0117 yang artinya  $3,335 > 2,0117$  dan juga memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Eksportir Pelayanan Jasa Freight Forwarding pada PT Oriental Logistik Indonesia
2. Pengaruh kepuasan Terhadap Loyalitas eksportir jasa freight forwarding PT. Oriental Logistik Indonesia. berdasarkan pada uji t variable Kepuasan (  $X_2$  ) memiliki nilai t hitung sebesar 4,261 dan t tabel dengan nilai 2,0117 yang artinya nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu  $4,261 > 2,0117$  dan juga memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Eksportir pelayanan jasa freight forwarding pada PT Oriental Logistik Indonesia
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap loyalitas Eksportir jasa freight forwarding PT. Oriental Logistik Indonesia.  
Berdasarkan pada uji F nilai signifikansi untuk pengaruh variabel kualitas (  $X_1$  ) dan Kepuasan (  $X_2$  ) secara simultan terhadap variabel Loyalitas Eksportir (  $Y$  ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai yang dimiliki oleh F hitung adalah  $120,087 > F_{tabel}$  yaitu 3,20 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap variabel  $Y$  secara positif dan signifikan

## HASIL DAN PEMBAHASAN SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan data yang disajikan dari analisa yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas ( X1 ) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Eksportir ( Y ) pada pelayanan jasa Freight Forwarding di PT Oriental Logistik Indonesia sebesar 78,1%.
2. Pada variabel Kepuasan ( X2 ) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Eksportir ( Y ) pada pelayanan jasa Freight Forwarding di PT Oriental Logistik Indonesia sebesar 80,6%.
3. Pada variabel kualitas ( X1 ) dan Kepuasan ( X2 ) terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Eksportir ( Y ) pelayanan jasa Freight Forwarding di PT Oriental Logistik Indonesia sebesar 83,8% dan sisanya sebesar 16,2% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain diluar penelitian ini yang tidak diteliti oleh peneliti

### Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi perusahaan dari penelitian penulis tentang pengaruh kualitas dan kepuasan terhadap Loyalitas Eksportir pelayanan jasa Freight Forwarding di PT Oriental Logistik Indonesia antara lain sebagai berikut :

1. Pada hasil penelitian mengenai kualitas jasa dalam pertanyaan peneliti, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan tingkat kesadaran akan peresponan yang benar dan baik, sehingga pelanggan bisa menikmati kualitas respon yang baik pada layanan jasa PT. Oriental Logistik Indonesia.
2. Pada hasil penelitian mengenai Kepuasan dalam pernyataan peneliti, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan peralatan pengiriman barang yang disediakan sehingga pelanggan lain bisa menikmati kepuasan dari peralatan yang disediakan.
3. Pada hasil penelitian mengenai kualitas dan Kepuasan dalam pernyataan peneliti, diharapkan perusahaan meningkatkan kualitas layanan jasa lebih maksimal sehingga perusahaan menjadikan pelanggan atau loyalitas eksportir suatu pelayanan jasa yang berkualitas dan baik

### DAFTAR PUSTAKA

ANALISIS PENGARUH PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN (n.d.). Erlina Dewi Kartika Sari, R. S. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA FREIGHT FORWARDING.

Erlina DKS, Riyadi, Saptianing, 1-12. Ayuni, GN, & Fitrihanah, D. (2019). Penerapan Metode Regresi Linear Untuk Prediksi Penjualan Properti pada PT XYZ. Jurnal telematika , 14 (2), 79-86.

Ayuni, Ghebyla Najla, dan Devi Fitrihanah. "Penerapan Metode Regresi Linear Untuk Prediksi Penjualan Properti pada PT XYZ." Jurnal telematika 14.2 (2019): 79-86.

Leonardo, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT WAP LOGISTIKINDO (Disertasi Doktor, Prodi Manajemen).

Wardhani, C. A., Sugianto, A., & Hermana, B. (2020). Pengaruh kualitas layanan logistik, kepuasan pelanggan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan jasa logistik menggunakan structural equation model. Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 8(1).

Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan