

**ANALISA PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENYEDIA  
JASA LOGISTIK – STUDI KASUS : PT. LBS SURABAYA**

**Agoes Junaedy**

Akademi Sekretaris dan Manajemen Indonesia (ASMI) Surabaya  
email korespondensi : junaid@goldenesia.com

**ABSTRACT**

*Creating the excellence of the products is a must where competitiveness of service in logistic provider in giving satisfaction to valued customers. The main objective of the research is to determine the relationships amongst variables : personnel contact quality, timeliness, order discrepancy handling, ordering procedures as technical functions in logistic quality performance related to the customer satisfaction.*

*The technique used in the analysis is done by structural equation model for obtaining the highest weights amongst variable used in the research, while measuring variables is by using a five-point likert-type Scale.*

*The results of the research can be obtained by examining the effects of those variables stating that personnel contact quality has no substantial contributions on customer satisfaction, timeliness has substantial contributions on customer satisfaction, order discrepancy handling has substantial contributions on timeliness, order discrepancy handling has substantial contributions on customer satisfaction, ordering procedures has substantial contributions on customer satisfaction, personnel contact quality has no contributions on timeliness, and ordering procedures has substantial contributions on order discrepancy handling.*

*Keywords : logistic provider, logistic quality performance, customer satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Dalam dunia perdagangan internasional saat ini, produsen, importir, eksportir atau peserta pameran tidak mungkin menjadi seorang spesialis dalam memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat lain. Mereka melimpahkan kegiatan logistik ke organisasi yang ahli dibidangnya dimana fungsinya menjamin barang mereka dapat diangkut secara tepat dan efisien. Inilah peran dari penyedia jasa logistik yang bekerja seperti freight forwarder dan pengurus jasa kepabeanan.

*Freight forwarder* sebagai pihak logistik ketiga memiliki peran penting pada rantai pasokan logistik yang bertindak sebagai fasilitator yang mempercepat proses gerakan barang

secara internasional , menggunakan pengetahuan , kemampuan mereka untuk mengatur pengapalan dengan pengangkut global dan menjamin pengiriman barang berlangsung lancar dan efisien agar sampai ke tempat tujuan tepat waktu , sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diminta oleh pelanggan dengan mempertahankan layanan jasa yang bersaing.

Sejalan dengan dinamika rantai pasokan logistik, sebagai salah satu pemain industri logistik PT. LBS, melayani pelanggan dengan memberikan manfaat berupa pengaturan barang secara total, pengiriman dokumen yang mudah, fasilitas kredit, harga yang bersaing , serta insentif lain yang mendorong pelanggannya untuk memberikan support lebih agar mereka bisa merasakan kepuasan terhadap layanan jasa yang telah diberikan.

Kemampuan suatu forwarder mengenali perbedaan-perbedaan tertentu diantara pelanggan dan pesaing ,menyesuaikan usaha pemasaran dan jasanya kepada kebutuhan masing-masing pelanggan akan mampu meningkatkan kemampuannya untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif dan berbeda dalam hal efisiensi biaya dan keunggulan organisasi dalam lingkungan yang kompetitif . Ini menunjukkan bahwa bagaimana suatu forwarder sebagai penyedia jasa logistik mampu mewujudkan sepenuhnya pentingnya memberikan kualitas jasa yang tinggi, sehingga memenuhi kepuasan pelanggan.

Keunggulan kinerja kualitas pelayanan dalam pelayanan logistik memiliki dampak yang besar terhadap persepsi pelanggan mereka yang akhirnya menghasilkan keuntungan kompetitif baik perusahaan dan pengguna jasa atau pelanggan, dalam hal ini bisa dapatkan keuntungan banyak dari PT.LBS sebagai *Freight Forwarding*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tipe Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratori dengan melakukan pendekatan survei, di mana teknik analisis peneliti mencoba untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis situasi tertentu untuk mengetahui jawaban dari masalah berdasarkan fakta di lapangan. Metode eksploratori ini dilakukan tidak hanya dari kumpulan dan dokumentasi data tetapi juga analisa dan interpretasi tentang data. Dengan cara bahwa data yang dikumpulkan memungkinkan untuk memberikan solusi terhadap masalah yang disurvei dan penjelasan tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan di penyedia layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan dapat diperoleh

### **Definisi Variabel Operasional**

Beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya kualitas hubungan personalia ; Ketepatan waktu; penanganan penyimpangan pemesanan ; prosedur pemesanan; kepuasan

### **Pengukuran Variabel**

Untuk mengukur variabel yang dipakai, Penelitian ini menggunakan pengukuran terpadu langsung dalam pertanyaan tertutup dengan menggunakan lima poin Likert-type

## **Populasi and Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang bekerja sama dengan perusahaan perusahaan yang berorientasi ekspor seperti forwarding; perdagangan; produsen. Alasan utama memilih mereka sebagai populasi adalah: mereka adalah pelanggan umum memanfaatkan layanan mereka pada perdagangan dan mereka terbiasa menggunakan layanan mereka.

Sedangkan ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumusan Solvin seperti yang dinyatakan oleh Husein Umar (1997) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{i + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel

## **Jenis dan Sumber Data**

Pengumpulan data berasal dari data primer dan data sekunder, dan mereka adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Dalam penelitian digunakan :

1. Data primer dikumpulkan dari pengamatan, tersebar kuesioner dan wawancara dari pelanggan dari PT.LBS sebagai responden
2. Data sekunder berasal dari PT.LBS sebagai penyedia layanan logistik seperti pertumbuhan pendapatan dan lifting tahunan selama kurun waktu setahun

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

### **Validity Test**

Ini diuji dengan menghubungkan antara nilai total yang dihasilkan dari jumlah total skor pertanyaan dengan masing-masing item, jika tingkat signifikan menunjukkan  $\leq 10\%$ , sehingga item dalam pertanyaan adalah valid dan jika tingkat signifikan menunjukkan  $> 10\%$ , sehingga item dalam pertanyaan-pertanyaan yang tidak valid.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa indikator keseluruhan valid karena tingkat signifikan yang dihasilkan kurang dari 10%. Item untuk korelasi total yang digunakan untuk memperbaiki langkah-langkah dan menghilangkan item yang timbul akan mengurangi koefisien dari Cronbach Alpha yang dihasilkan. Proses eliminasi diterapkan pada item total korelasi dengan indikator yang menunjukkan nilai  $< 0,50$  (Purwanto, 2003). Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa tidak ada penghapusan karena sebagian besar indikator memiliki item total korelasi lebih dari 0,50 kecuali indikator X1.3.

### **Evaluasi Reability**

Uji reliabilitas dapat dilakukan melalui langkah internal pendekatan keandalan konsisten adalah dengan cara cronbach alpha ke benchmark antara alpha koefisien dengan

standar alpha. Kriteria tes ditentukan jika skor alpha menunjukkan  $> 0,60$ , yang berarti bahwa itu adalah pernyataan diandalkan, pada sebaliknya, jika nilai alpha menunjukkan  $\leq 0,60$ , yang berarti bahwa tidak pernyataan diandalkan (Ghozali, 2002: 133).

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar variabel yang memiliki kehandalan yang sangat tinggi karena skor alpha cronbach ini dihasilkan lebih dari 0,60. Sedangkan variabel X2 dan Y memiliki keandalan serendah skor alpha cronbach ini dihasilkan kurang dari 0,60.

### **Uji Outlier**

Uji outlier tidak dilakukan karena jawaban responden, misalnya pada variabel kualitas hubungan personalia, sebagian besar responden adalah 74 orang (94,9%) yang memberi skor 3, 1 orang (1,3%) memberi skor 1 dan 4 orang (3,8%). Dalam uji outlier, jawaban dari skor 1 dan 4 dikategorikan sebagai data outlier karena mereka harus dihilangkan, dan jika data outlier untuk penelitian ini dihilangkan akan mengganggu proses lebih lanjut dari SEM.

### **Evaluasi Reabilitas Konstrak dan Koefisien Ekstraksi**

Hasil uji reliabilitas instrumennya dengan reabilitas konstak dan koefisien ekstraksi menunjukkan variabel: X1, X3 dan X4 memiliki kehandalan yang cukup, ditunjukkan oleh reabilitas konstak di atas 0,70. Sementara X2 dan Y memiliki lebih sedikit kehandalan yang ditunjukkan dengan reabilitas konstak dibawah 0,70. Namun angka tersebut bukan ukuran yang tetap, yang berarti bahwa jika ini adalah jenis penelitian eksplorasi, sehingga gambar di bawah 0,70 masih dapat diterima asalkan ada alasan empiris yang dapat dilihat pada eksplorasi.

Demikian juga dengan nilai koefisien ekstraksi, menunjukkan untuk variabel X1, X3 dan X4 memiliki kehandalan yang cukup, ditunjukkan dengan nilai koefisien ekstraksi di atas 0,50. Sementara X2 dan Y memiliki lebih sedikit kehandalan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien ekstraksi dibawah 0,50.

### **Uji Normalitas**

Berdasarkan uji normalitas menunjukkan bahwa indikator keseluruhan memiliki nilai univariat dibawah 2,58, ini berarti bahwa asumsi normalitas tiap variabel terpenuhi. Sedangkan nilai multivariat yang dihasilkan berada di atas 2,58, yaitu, sekitar 50.050, asumsi normalitas multivariat tidak terpenuhi. Fenomena ini tidak begitu serius seperti yang dianjurkan oleh Bentler & Chou (1987) jika estimasi teknis dalam SEM menggunakan estimasi kemungkinan maksimum (MLE), bahkan telah distribusi normal, ini dapat menghasilkan estimasi yang baik, sehingga data tersebut sesuai untuk aplikasi di estimasi lebih lanjut.

### **Multikolinearitas dan Singularitas**

Tidak ada multikolearitas atau singularitas dalam kumpulan data. Hal ini didukung oleh Byrne (2009: 168) bahwa nilai-nilai dari perkiraan standar yang lebih dari 1, sehingga ada multikolinieritas sangat serius. Sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai estimasi standar dari masing-masing indikator kurang dari 1.

### **Analisa Dengan One – Step Approach Model SEM**

Pendekatan satu-langkah model SEM digunakan ketika model diyakini didukung oleh teori-teori yang sangat kuat bersama dengan validitas dan reliabilitas set data yang baik (Hair.et.al, 1998). Hasil estimasi dan model fit pendekatan satu-langkah untuk SEM dengan menggunakan program aplikasi - AMOS 4.01.

Dari hasil evaluasi terhadap pendekatan satu langkah model modifikasi sebagai fakta bahwa semua kriteria pada goodness of fit digunakan, menunjukkan evaluasi model yang baik telah memenuhi kumpulan data. Ini berarti bahwa model konseptual dikembangkan dan disediakan oleh teori-teori yang benar-benar didukung oleh fakta-fakta.

### **Pengujian Kasualitas**

Uji hipotesa dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas yang dianggap signifikan ketika  $p \text{ value} \leq 0,10$ , dilihat dari tingkat kemungkinan ke arah hubungan kasualitas. Terlihat dari arah hubungan kausal tingkat probabilitas sehingga tingkat hipotesis sebagai berikut :

1. Faktor X1 tidak memiliki pengaruh ke Y, karena nilai probabilitas adalah lebih dari 10% (prob = 0,517, tidak signifikan).
2. Faktor X2 memiliki pengaruh ke Y, karena nilai probabilitas adalah kurang dari 10% (prob = 0,049, signifikan positif).
3. Faktor X3 memiliki pengaruh ke Y, karena nilai probabilitas adalah kurang dari 10% (prob = 0,023, signifikan negatif).
4. Faktor X4 memiliki pengaruh ke Y, karena nilai probabilitas adalah kurang dari 10% (prob = 0,018, signifikan positif).
5. Faktor X4 memiliki pengaruh ke X3, karena nilai probabilitas yang kurang 10% (prob = 0,042, signifikan positif).
6. Faktor X1 tidak memiliki pengaruh untuk X2, karena nilai probabilitas adalah lebih dari 10% (prob = 0,505, tidak signifikan).
7. Faktor X3 memiliki efek untuk X2, karena nilai probabilitas adalah kurang dari 10% (prob = 0,003, signifikan positif).

### **Pembahasan**

Mayoritas responden berusia sekitar 31 - 40 tahun. Hal ini menunjukkan dominasi yang bekerja di perusahaan yang berorientasi ekspor jika dibandingkan dengan usia pekerja lainnya karena sebagian besar melihat kematangan dan pengalaman yang diperoleh selama bekerja. Pekerja yang lebih tua lebih bekerja berorientasi daripada pekerja yang lebih muda.

Sementara mayoritas responden dalam jumlah yang sehubungan dengan latar belakang atau jenis usaha adalah produsen. Ini menjelaskan dengan jelas bahwa freight forwarding sebagai penyedia logistik harus ke pelanggan langsung atau produsen agar memperoleh lebih banyak support secara teratur pada dasar kontrak dalam bisnis jangka panjang dengan harapan bahwa mereka bisa mendapatkan keuntungan kondisi jauh lebih kompetitif dengan pelanggan mereka.

### **Deskripsi Variabel : Kualitas Hubungan Personalia**

Indikator dari pemahaman situasi yang dilakukan oleh kontak person yang ditunjuk memiliki dominan berarti sekitar 3,1923 dari yang ini juga memuat data faktor untuk indikator yang sama tentang 0,912, ini pasti menunjukkan situasi pemahaman yang dilakukan oleh kontak person yang ditunjuk merupakan faktor penting bagi pelanggan, dan untuk masa depan responden ingin mendapatkan kontak orang yang ditunjuk menyelesaikan masalah dengan segera, ini harus dipertahankan atau ditingkatkan lebih baik sehingga pengetahuan tentang produk atau jasa kepada personil yang ditunjuk dapat meningkatkan juga.

### **Deskripsi Variable : Ketepatan Waktu**

Dapat disimpulkan bahwa indikator: pengiriman tiba pada tanggal yang dijanjikan dilakukan oleh perusahaan, memiliki dominan berarti sekitar 3,0128, ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden ingin mendapatkan pengiriman mereka disampaikan pada jadwal, ini diharapkan lebih karena ini menjamin arus barang bergerak untuk konsumsi lebih lancar.

Sedangkan nilai tertinggi loading factor sekitar 0,688 yang terjadi pada indikator yang sama. Ini pasti menunjukkan harapan besar dari pelanggan dari perusahaan ini untuk mengantarkan barang tepat waktu, dan untuk masa depan, perusahaan harus mampu meningkatkan kecepatan mereka dalam mengalokasikan kali berurusan dengan pemesanan dan mengirimkan pengiriman untuk pelanggan.

### **Deskripsi Variabel : Penanganan Penyimpangan Pemesanan**

Dapat disimpulkan bahwa indikator: laporan dari proses perbedaan yang dilakukan oleh perusahaan adalah cukup untuk fakta yang sebenarnya, memiliki dominan berarti sekitar 3,0513, ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa lebih benar tentang informasi yang cukup diberikan oleh perusahaan untuk mengakomodasi perbedaan dan kemudian lanjutkan dengan benar.

Ketika membandingkan ke tertinggi memuat nilai faktor terletak berat di X3.1 sekitar 0,937 yang menunjukkan dengan sangat jelas bahwa pelanggan merasa sangat puas memang dengan tegas tentang cara mereka bereaksi secara bersamaan dengan

Koreksi untuk perbedaan dan juga menunjukkan bagaimana kualitas yang baik koreksi oleh perusahaan tersebut disampaikan kepada mereka. Di masa depan, perusahaan diwajibkan untuk mempertahankan sikap yang lebih responsif terhadap perbedaan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpelihara dengan baik atau bahkan meningkat lebih baik.

### **Deskripsi Variabel : Prosedur Pemesanan**

Dapat disimpulkan setelah tabulasi bahwa indikator: prosedur Penggantian efektif (X4.1) dan mudah digunakan requisitioning prosedur (X4.2), dilakukan oleh perusahaan yang memiliki bobot yang sama pada fakta-fakta bahwa mayoritas responden merasa sangat sangat seperti yang ditunjukkan sama dengan cara yang dominan tentang 3,0385, dibandingkan dengan X4.3, memiliki rata-rata terkecil dan loading faktor tertinggi adalah

0.858. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa prosedur persyaratan yang disediakan oleh perusahaan sangat jelas dipahami dan mudah diikuti oleh pelanggan sehingga mereka merasa nyaris bahwa mereka memiliki masalah ketika berhadapan dengan perusahaan terkait dengan prosedur Penggantian. Namun perusahaan juga harus lebih memperhatikan tentang bagaimana mereka dapat memenuhi requisitioning kepada pelanggan yang lebih responsif dan penuh perhatian pada waktu yang tepat yang ini harus dilakukan.

### **Deskripsi Variabel : Kepuasan Pelanggan**

Dapat diuraikan bahwa indikator Y3 adalah memiliki mean paling dominan tentang 2,9103, ini menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu merespon keluhan dan klaim dari pelanggan dengan segera, ini adalah cara terbaik untuk melayani pelanggan dengan memuaskan, berharap bahwa pelanggan masih menempatkan kepercayaan yang besar untuk layanan yang disediakan oleh perusahaan.

Sementara setelah tabulasi pada loading factor, Y1 memiliki nilai memuat tertinggi sekitar 0,364 mereka sangat responsif dan reaktif terhadap kebutuhan pelanggan pada informasi yang berguna yang dapat dimengerti dan dapat diperoleh dengan mudah atas permintaan utama melalui telepon, email atau faks.

### **Pengaruh Variabel Kualitas Hubungan Personalia Terhadap Kepuasan**

Sebagian besar indikator tidak membentuk variabel X1, ada kemungkinan memiliki dampak terhadap hasil uji kausalitas antara X1 variabel terhadap Y, yaitu: Faktor X1 tidak memiliki kontribusi untuk Y yang berarti peningkatan kualitas kontak personal tidak memberikan kontribusi yang cukup besar untuk kepuasan pelanggan. Dalam hal ini dipengaruhi oleh kualitas kontak personel minimum, sehingga kepuasan pelanggan tidak tercapai di tingkat optimal yang dapat dilihat dari jawaban responden untuk variabel X1 dan Y, sebagian besar terletak pada skor "3" atau cukup baik. Indikasinya dapat ditemukan dari jawaban responden menunjukkan nilai "1" atau "2".

Kualitas hubungan personalia tidak memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di sebaliknya, Ketepatan waktu memberi kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas dalam penelitian ini, jelas itu bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mentzer, Flint, Kent (1997), Mentzer, Flint, Kent (1999), Saura, Frances, contri, Blasco (2008) dan juga Mentzer, Flint, Hult (2001), yang sebagian besar penelitian di atas menyatakan bahwa ada distribusi besar untuk kepuasan pelanggan. Namun dalam penelitian ini tampaknya tidak ada kontribusi yang signifikan.

### **Pengaruh Variabel Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari tiga indikator pada variabel: ketepatan waktu, kecenderungan jawaban responden menyebut kesepakatan tentang X2.2, yaitu: pengiriman tiba pada tanggal yang dijanjikan memberikan kontribusi yang lebih besar untuk ketepatan waktu.

Indikator keseluruhan membentuk variabel X2 yang ini memiliki dampak terhadap hasil uji kausalitas antara variabel X2 dengan Y, yaitu faktor X2 memiliki kontribusi untuk Y, yang berarti peningkatan ketepatan waktu memberikan kontribusi besar untuk kepuasan pelanggan. peningkatan ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh penanganan agar perbedaan yang semakin Penanganan agar perbedaan memiliki kontribusi besar terhadap penurunan kepuasan pelanggan.

Hal ini karena waktu antara persyaratan kemasan dan menerima pengiriman cukup singkat, pengiriman tiba pada tanggal yang dijanjikan, jumlah waktu daftar permintaan pada back-order pendek seperti yang diharapkan oleh pelanggan membuat pelanggan tidak beralih dukungan mereka kepada perusahaan lain, sehingga tidak hanya peningkatan kepuasan pelanggan tetapi juga loyalitas juga dapat dicapai.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah mendukung dengan penelitian sebelumnya oleh Saura, Frances, Contri, Blasco (2008) melalui penelitian tentang kualitas layanan logistik: cara baru untuk loyalitas, menyatakan ketepatan waktu yang memiliki pengaruh yang jelas, positif dan signifikan terhadap kepuasan, yang dianggap dimensi yang paling signifikan selain kualitas kontak personal. Penelitian juga lainnya tentang pengukuran kualitas layanan logistik, dilakukan oleh Mentzer, Flint, Kent (1999) dan Mentzer, Flint, Hult (2001), menunjukkan bahwa ketepatan waktu melaju ke kepuasan pelanggan yang sama ditemukan untuk penelitian lain, menunjukkan ketepatan waktu memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan (La Londe dan Zinszer, 1991; Perrault dan Russ, 1974; Novack et al, 1994; Bienstock et al, 1997).

### **Pengaruh Variabel Penanganan Penyimpangan Pemesanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari tiga indikator pada variabel penanganan penyimpangan pemesanan, kecenderungan jawaban responden menempatkan penekanan pada indikator X3.2 yaitu laporan proses penyimpangan memadai, ini berarti laporan dari proses penyimpangan memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap penanganan penyimpangan pemesanan.

Indikator keseluruhan membentuk variabel X3, ada kemungkinan yang memiliki dampak terhadap hasil kausalitas antara variabel X3 dan Y, yaitu: faktor X3 memiliki kontribusi ke Y, yang berarti peningkatan penanganan penyimpangan memiliki kontribusi besar terhadap penurunan kepuasan pelanggan melalui ketepatan waktu dimana penanganan penyimpangan pemesanan memiliki kontribusi pada peningkatan ketepatan waktu.

Berdasarkan penelitian ini benar-benar mendukung dengan penelitian sebelumnya oleh Bienstock, Mentzer, dan Birrd (1997), Mentzer, Flint, Kent (1999), Mentzer, Flint, Hult (2001), Eraqi (2006) dan Saura (2008) menunjukkan bahwa penanganan penyimpangan pemesanan memberikan kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Variabel Prosedur Pemesanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari tiga indikator pada variabel penanganan penyimpangan pemesanan, kecenderungan jawaban responden terletak pada indikator X4.2, yaitu: prosedur persyaratan yang mudah

digunakan, ini berarti bahwa prosedur persyaratan yang mudah digunakan memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan.

Indikator keseluruhan membentuk variabel X4, memberikan dampak terhadap hasil kausalitas pengujian antara variabel X4 ke Y, faktor X4 memiliki kontribusi ke Y, yang berarti bahwa prosedur pemesanan meningkat memberi kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Ini menunjukkan bahwa semakin efektif dan semakin mudah prosedur diberikan maka semakin cepat pula layanan yang disampaikan kepada pelanggan. Prosedur pemesanan memberikan kontribusi pada peningkatan penanganan penyimpangan, ini juga berarti bahwa memesan prosedur pemesanan memberi kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan melalui penanganan penyimpangan pemesanan.

Berdasarkan penelitian ini, didukung penuh oleh Mentzer, Flint, Hult (2001), yang menyatakan bahwa prosedur pemesanan mendorong kepuasan dimana penekanan logistik pada penerimaan pemesanan yang benar di waktu yang tepat dalam kondisi yang tepat dan persepsi dari efektivitas dan kemudahan penggunaan untuk memesan prosedur memiliki efek positif yang paling konsisten pada kepuasan dan didukung oleh Saura (2008). Prosedur pemesanan memiliki pengaruh yang jelas, positif dan signifikan terhadap kepuasan.

#### **Pengaruh Variabel Prosedur Pemesanan Terhadap Penanganan Penyimpangan Pemesanan**

Indikator keseluruhan membentuk variabel X4, ada kemungkinan yang memiliki dampak terhadap hasil kausalitas antara variabel X4 dan X3, yaitu: faktor X4 memiliki pengaruh ke X3, yang berarti meningkatnya faktor peningkatan prosedur pemesanan memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan penanganan penyimpangan pemesanan.

Dengan kata lain, semakin banyak kesalahan yang timbul dalam prosedur pemesanan atau hal-hal yang salah dapat menciptakan lebih banyak masalah yang menyebabkan penyimpangan dan memiliki pengaruh atas pesanan yang diberikan, sehingga perusahaan harus mengambil tindakan untuk merespon dan memperbaiki kesalahan secepat mungkin.

Sementara peningkatan prosedur pemesanan memberi kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini sepenuhnya mendukung sebelumnya studi oleh Dabholkar (1994) menyatakan bahwa prosedur pemesanan yang dianggap penting, dan kemudian oleh Mentzer, Flint dan Kent (1997) menyatakan bahwa prosedur pemesanan mengacu pada efisiensi dan efektivitas terhadap prosedur penempatan pemesanan dan oleh Mentzer, Flint dan Hult (2001) juga menyatakan bahwa prosedur pemesanan bekerja melalui penanganan penyimpangan pemesanan.

#### **Pengaruh Kualitas Hubungan Personalia Terhadap Ketepatan Waktu**

Indikator keseluruhan membentuk variabel X1, ada kemungkinan yang memiliki dampak terhadap hasil kausalitas antara variabel X1 dan X2, yaitu: faktor X1 tidak memiliki pengaruh ke X2, yang berarti kualitas hubungan personalia tidak memberikan kontribusi besar untuk peningkatan ketepatan waktu, tetapi di sebaliknya, ketepatan waktu memberi kontribusi besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan

Meskipun penelitian sebelumnya oleh Mentzer, Flint dan Hult (2001) menyatakan bahwa kualitas kontak personel merujuk kepada ketepatan waktu, Dalam penelitian ini, hubungan antara kualitas hubungan personalia dan ketepatan waktu, tampaknya tidak ada distribusi yang cukup besar untuk peningkatan ketepatan waktu dalam penelitian ini.

### **Pengaruh Penanganan Penyimpangan Pemesanan Terhadap Ketepatan Waktu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan penyimpangan pemesanan memberi kontribusi yang besar terhadap penurunan kepuasan pelanggan, ketepatan waktu memiliki dampak untuk kontribusi besar pada peningkatan kepuasan pelanggan, dan penanganan penyimpangan pemesanan memberi kontribusi terhadap peningkatan ketepatan waktu.

Indikator keseluruhan membentuk variabel X3, ada kemungkinan memiliki dampak terhadap hasil kausalitas antara variabel X3 dan X2, yaitu: faktor X3 memiliki pengaruh ke X2 yang berarti jelas bahwa penanganan agar perbedaan memberi kontribusi yang besar terhadap penurunan kepuasan pelanggan melalui ketepatan waktu.

Hal ini menunjukkan dengan jelas bahwa semakin lama perusahaan menghabiskan lebih banyak waktu dalam menyelesaikan masalah, membuat pelanggan lebih kecewa.

Berdasarkan penelitian ini, mendukung fakta dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mentzer, Flint, Kent (1997) dan Mentzer, Flint, Hult (2001), agar penanganan penyimpangan pemesanan mendorong persepsi ketepatan waktu dan membawa pengaruh positif dalam ketepatan waktu.

Di antara mereka variabel yang digunakan dalam penelitian ini, indikator dari pemahaman situasi yang dilakukan oleh orang yang ditunjuk dalam kualitas hubungan personalia memiliki *mean* paling dominan rata sekitar 3,1923 yang berarti pemahaman situasi dengan orang yang ditunjuk memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kualitas hubungan personalia dengan *mean* lebih tinggi berarti sekitar 3,0513.

Hal ini dapat diuraikan di sini bahwa indikator: Proses laporan proses penyimpangan memadai dalam penanganan penyimpangan pemesanan yang berarti bahwa koreksi perbedaan kualitas yang diberikan menjadi prioritas utama perusahaan, Koreksi terhadap penyimpangan juga menunjukkan bagaimana kualitas koreksi yang baik oleh perusahaan diberikan ke pelanggan sebagai pengguna jasa logistik.

Mean terendah dalam penelitian ini tentang 2,0385 diletakkan di indikator: pengiriman melalui PT.LBS lebih memuaskan dan prosedur persyaratan yang mudah digunakan. Ini berarti bahwa perusahaan harus dapat meningkatkan pelayanan yang lebih baik sehingga peningkatan kepuasan pelanggan dapat dicapai sepenuhnya dan perusahaan harus lebih memperhatikan tentang bagaimana perusahaan dapat memenuhi persyaratan kepada pelanggan yang lebih responsif dan penuh perhatian pada waktu yang tepat.

Jawaban dari responden mengacu pada kuesioner, yang menunjukkan bahwa jawaban responden sebagian besar mulai dari skor "2" sampai "4" tapi banyak yang diletakkan pada skor ke "3". Hal ini hanya karena fakta bahwa ada persepsi pelanggan yang sangat umum tentang layanan perusahaan sebagai kinerja perusahaan masih belum memberikan keunggulan layanan dimana pelanggan bisa merasakannya, sungguhpun pelanggan-pelanggan pernah menggunakan jasanya.

## **KESIMPULAN**

Dari penelitian ini dapat disimpulkan hubungan diantara diantara variabel yang digunakan dalam penyedia jasa logistik yaitu kualitas hubungan personalia tidak memiliki kontribusi besar pada kepuasan pelanggan, ketepatan waktu memiliki kontribusi penting pada kepuasan pelanggan, penanganan penyimpangan pemesanan memiliki kontribusi penting pada ketepatan waktu, penanganan penyimpangan pemesanan memiliki kontribusi penting pada kepuasan pelanggan, prosedur pemesanan memiliki kontribusi penting pada kepuasan pelanggan, Kualitas hubungan personalia tidak memiliki kontribusi besar pada ketepatan waktu, Prosedur pemesanan memiliki kontribusi penting pada penanganan penyimpangan pemesanan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abu N.K. ; Roslin M.N, Identifying service quality dimensions by understanding consumer preferences in the Malaysian grocery retail sector, *Unitar E-Journal* Vol. 4, No. 2, June 2008

Anders Gustason, Michael D. Johnson, & Inger Roos, “ The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention“, *Journal of Marketing* , Vol. 69 (October 2005), 210–218

Akbar M.M ; Parvez N., “Impact of service quality , trust and customer satisfaction on customers loyalty “ , *ABAC Journal* Vol. 29, No. 1 (January-April 2009, pp.24-38)

Bagdoniene L. , Jakstaite R. , Trust as basic for development of relationship between professional service providers and their clients , *Economics and Management* : 2009. 14

Churchill, Gilbert A.Jr., 1992, *Basic marketing research*, 2nd edition, Orlando, The Dryden press.

Chirico . Paolo , Presti Ana Lo, A customer loyalty model for services based on a continuing relationship with the provider, *Methods, Models and Information Technologies for Decision Support Systems* , p168 , MTISD 2008

Dovalienė . Aistė , Gadeikienė. Agnė, Piligrimienė. Žaneta ; Customer Satisfaction and its Importance for Long-Term Relationships with Service Provider: the Case of Odontology Services, *ISSN 1392-2785 Engineering Economics*, 2007. No 5 (55).

Feng ; Zheng , Exploratory study of logistics service quality scale based on online shopping malls, *Journal of Zhejiang University SCIENCE A*, 2007 8(6):926-931.

Flores L.A.F.S; Primo M.A.M; Failure Recovery Management in Performance of Logistics Services in a B2B Context : A Case Study Using the 3PL Perspective, *Journal of Operations and Supply Chain Management* 1(1), pp.29-40 , 2008.

Izmail A; Madi M.B.A; Francis S.K ; Exploring the relationships amongst service quality features, perceived value and customer satisfaction, *Journal of Industrial Engineering and Management*, 2009-2(1); 230-250.

Johnny L.T.P ; Esther .T.P.Y ; An Integrated Model of Service Loyalty , 2001 International Conferences, Brussels, Belgium

Krivobokova O.V.; Evaluating Customer Satisfaction as an Aspect of Quality Management , *World Academy of Science, Engineering and Technology* 53 2009

Lai K.H ; Cheng T.C.E ; Yeung A.C.L; An Empirical Taxonomy for Logistics Service Providers, *Maritime Economics & Logistics*, 2004, 6, (199–219)

Lai, K.H. & Cheng, T.C.E ; A Study of the Freight Forwarding Industry in Hong Kong, *International Journal of Logistics: Research and Applications*, Vol. 7, No. 2, June 2004

Lin C.Y; Ho Y.H ; Technological Innovation for China' Logistics Industry, *Journal of Technology Management and Innovation*, , Volume 2, Issue 4

Liu Shuang & Fang Zhongmin , ; Study on the Relationship between Customer Satisfaction and 3PL Costs, *International journal of business and management*, vol.4, No.6 , June 2009

Mentzer J.T; Flint D.J; Hult G.T.M; Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process, *Journal of Marketing* , Vol. 65 (October 2001),82-104

Munusamy Jayaraman , Oi Fong Vong, An examination of the relationship between service quality and customer satisfaction in a training organization, *Unitar e-Journal* Vol. 4, No. 2, June 2008

Nitin Seth.N ; Deshmukh S.G ; Service quality models: a review, *International Journal of Quality & Reliability Management* , Vol. 22 No. 9, 2005 pp. 913-949

Nitin Seth.N ; Deshmukh S.G ; Vrat P.; A conceptual model for quality of service in the supply chain, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , Vol. 36 No. 7, 2006 , pp. 547-575

Rafiq Mohammed; Jaafar Harlina S; Measuring customer's perceptions of logistic service quality of 3PL service, *Journal of Business Logistics*; Vol. 28, No.2 , 2007

So S.H; Kim J.J ; Cheong J.K; Cheo G; Evaluating the service quality of third party logistic service providers using the analytic hierarchy process , *Journal of Information Systems and Technology Management*, Vol. 3, No. 3, 2006, p. 261-270

Saura .I.G ; France's D.S ; Contri G.B ; Blasco M.F ; Logistics service quality: a new way to loyalty, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 108 No.5,2008 pp. 650-668

Sohail , M.S ; Sohal .A.S ; The use of third party logistics services: a Malaysian perspective, *Technovation* 23 (2003) 401–408

Sekaran,Uma 2000, Research method for business : A skill building approach,3rd edition, New York, Jhon Willeys & Sons Inc.

Wang J.S , ; research on the effects of the different scopes of trust toward customer loyalty: An empirical study between Taiwan and China, African Journal of Business Management Vol.3 (11), pp. 753-763, November 2009

Zikmund,G.W. 1997, Business research models, 5th edition,Forth Worth, USA : The Dryden Press