

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN DAYA
TANGGAP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BIRO
PERJALANAN CV CAKRAWALA AJI KARYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas- Tugas dan Syarat- Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

RAMADHAN PANDU WICAKSONO

19.12.0081

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
SURAKARTA**

2024

PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ramadhan Pandu Wicaksono
NIM : 19.12.0081
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN,
DAN DAYA TANGGAP TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN BIRO PERJALANAN CV
CAKRAWALA AJI KARYA

Disetujui dan Disahkan:

Hari : Senin
Tanggal : 22 Januari 2024

Pembimbing



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.
NIDN : 0625127401

Mengetahui
Ketua Program Studi S1 Manajemen



Aditya Liliyan S.M.B., M.M
NIDN : 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ramadhan Pandu Wicaksono
NIM : 19.12.0081
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Judul : **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN,
DAN DAYA TANGGAP TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN BIRO PERJALANAN CV
CAKRAWALA AJI KARYA**

Skrripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ekonomi.

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 7 Februari 2024

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H.**
Anggota : **Aditya Liliyan S.M.B.,M.M**

Tanda/tangan


.....

.....

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN: 0625127401

Pernyataan Keaslian Skripsi

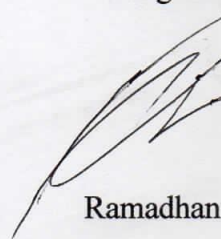
Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN DAYA TANGGAP
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BIRO PERJALANAN CV
CAKRAWALA AJI KARYA**

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diteberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 22 Januari 2024

Yang memberi Pernyataan



Ramadhan Pandu Wicaksono

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya jani Allah adalah benar”

(QS. Ar-Rum 60)

“ Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya Kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah 8)

“Berusahalah itu perlu, berdoa itu harus, Allah tetaplah yang menentukan kemana arah langkah kaki kita akan dipijakkan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur dan terima kasih saya ucapkan kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan melimpahkan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan karya tulis sederhana ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini kepada kedua orang tua saya yang sudah sangat mendukung saya dalam segala hal untuk menyelesaikan karya tulis sederhana ini. Dan juga saya persembahkan kepada diri saya sendiri karena kerja keras yang dijalani Ketika melakukan penyusunan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN DAYA TANGGAP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BIRO PERJALANAN CV CAKRAWALA AJI KARYA.**

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang Peneliti miliki. Pada kesempatan ini, Peneliti mengucapkan terima kasih untuk saran dan kritik yang Peneliti telah terima maupun yang akan diterima. Peneliti juga menyadari bahwasanya penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, untuk itu Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Aditya Liliyan S.M.B.,M.M selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H. selaku Pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan saran-saran serta pengarahan yang sangat berharga hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar di lingkungan program studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

5. Semua pihak yang telah membantu Peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
Semoga amal baik yang telah diberikan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Surakarta, 22 Januari 2024

Peneliti

Ramadhan Pandu Wicaksono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kepuasan konsumen.....	8
2. Kepercayaan.....	10
3. Kehandalan	12
4. Daya tanggap	13
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Penelitian.....	17
D. Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	18
B. Tempat dan Waktu Penelitian	18
C. Jenis dan Sumber data.....	18

	D. Populasi dan Sampel	19
	E. Teknik Pengumpulan Data	20
	F. Variabel Penelitian	21
	G. Definisi Operasional Variabel	21
	H. Metode Analisis Data.....	23
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
	A. Deskripsi Obyek penelitian	28
	B. Deskripsi Responden	29
	C. Analisis Data Pembahasan	31
	D. Pembahasan.....	40
BAB V	PENUTUP	43
	A. Kesimpulan	43
	B. Keterbatasan Penelitian.....	43
	C. Saran	44
	DAFTAR PUSTAKA	46
	LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Peneliti Terdahulu	15
2. Populasi Konsumen CV Cakrawala Aji Karya	19
3. Definisi Operasional Variabel.....	22
4. Deskripsi Responden	29
5. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	29
6. Deskripsi Berdasarkan Usia	30
7. Deskripsi Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	30
8. Hasil Uji Validitas Kepercayaan	31
9. Hasil Uji Validitas Keandalan.....	32
10. Hasil Uji Validitas Daya Tanggap.....	33
11. Hasil Uji Validitas kepuasan konsumen	34
12. Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian	35
13. Hasil Uji Multikolinearitas	36
14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
15. Hasil Uji Normalitas.....	37
16. Hasil Uji Regresi	38
17. Hasil Uji t.....	39
18. Hasil Uji Koefisien Determinasi	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	48
Lampiran 2. Hasil Olah Data.....	52
Lampiran 3. Tabulasi Data	56

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui secara empiris secara parsial maupun simultan pengaruh kepercayaan, keandalan dan daya tanggap terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya. Dalam penelitian ini menggunakan 10% dari 1185 populasi, sehingga didapat 118 responden dengan teknik *purposive sampling*. Jenis dan sumber data diperoleh dari sumber data primer. Data dikumpulkan dengan cara membuat kuesioner mengenai kepercayaan, keandalan, daya tanggap dan Kepuasan Konsumen. Data hasil penelitian dianalisis dengan uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan pengaruh kepercayaan, keandalan dan daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel pengaruh kepercayaan, keandalan dan daya tanggap dapat menerangkan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 70.1%, sisanya 29.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya lokasi, jaminan dan empati.

Kata kunci: kepercayaan, keandalan, daya tanggap, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The aim of this research is to empirically determine partially or simultaneously the influence of trust, reliability and responsiveness on consumer satisfaction with the CV Cakrawala Aji Karya travel agency. In this study, 10% of the 1185 population was used, so that 118 respondents were obtained using a purposive sampling technique. Types and sources of data are obtained from primary data sources. Data was collected by creating a questionnaire regarding trust, reliability, responsiveness and consumer satisfaction. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination. The results of the analysis show that partially or simultaneously the influence of trust, reliability and responsiveness has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. The results of calculating the coefficient of determination show that the influence variables of trust, reliability and responsiveness can explain the Consumer Satisfaction variable by 70.1%, the remaining 29.9% is influenced by other variables not included in this research, for example location, guarantee and empathy.

Keywords: trust, reliability, responsiveness, Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekaang ini bisnis biro perjalanan pariwisata mengalami peningkatan yang sangat pesat. Pariwisata juga telah menjadi kegiatan rutin dalam dunia bisnis, organisasi, lembaga pendidikan dan masyarakat umum. *Traveling* merupakan salah satu alternatif untuk menghilangkan stress akibat pekerjaan, sehingga banyak yang mempertimbangkannya untuk melakukan perjalanan wisata, seperti wisata dengan karyawan bagi perusahaan, wisata keluarga, tour bagi instansi pendidikan bahkan acara masyarakat.

Hal tersebut menyebabkan tingginya peminat dalam bisnis biro pariwisata di Indonesia. sehingga persaingan semakin ketat, baik itu mengenai jenis jasa dan paket perjalanan yang ditawarkan, seperti jasa perjalanan luar negeri, jasa perjalanan luar negeri, jasa perjalanan wisata haji atau jasa perjalanan umrah. Untuk dapat sukses dalam persaingan, perusahaan biro perjalanan pariwisata dituntut untuk mencapai tujuannya mempertahankan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk mencapai tersebut, perusahaan harus membuat kepercayaan kepada pelanggan, memberikan keandalan dengan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, dan daya tanggap atau merespon apa keinginan pelanggan dengan cepat dan tepat agar pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang optimal.

CV Cakrawala Aji Karya adalah perusahaan yang bergerak dalam jasa biro perjalanan pariwisata yang melayani publik dimana sekarang banyak berdiri. Travel ini tidak hanya menyediakan layanan persewaan bus, elf dan

mobil saja, melainkan menyediakan paket perjalanan wisata kepada konsumen yang ingin berpergian bersama keluarga maupun sahabat dengan didampingi langsung oleh pihak biro.

Biro perjalanan mempunyai peluang bisnis yang sangat bagus menandakan bahwa jasa di bidang ini dapat mengingat keinginan dari masyarakat yang luas dalam melakukan perjalanan pariwisata. Sehingga perusahaan akan gencar untuk melakukan promosi guna mempengaruhi dan memberikan pengalaman bagi konsumen yang akan menggunakan jasa biro perjalanan. Perusahaan jasa pada dasarnya akan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga meninggalkan kesan yang menarik bagi konsumen guna menumbuhkan kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen mau menggunakan jasa dalam waktu berikutnya. Kepercayaan konsumen dapat dilihat dari berapa banyaknya mereka menggunakan kembali jasa atau produk yang sebelumnya pernah mereka gunakan.

Ada banyak biro perjalanan di Soloraya. Salah satunya adalah CV Cakrawala Aji Karya yang berlokasi di Jl. Raya Boyolali Magelang km 7, RT 05, RW 03, Kelurahan Cepogo, Kabupaten Boyolali. CV Cakrawala Aji Karya berdiri sejak tahun 2016 melayani rata-rata tiga hingga empat keberangkatan per bulan, dengan mayoritas pelanggan adalah kerabat, perusahaan, instansi pemerintahan, lembaga pendidikan, dan masyarakat umum. Banyak kompetitor di Soloraya yang juga menawarkan jasa perjalanan wisata. Hal ini membuat strategi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV Cakrawala Aji Karya akan mempengaruhi minat beli konsumennya.

Mendapatkan suatu kepercayaan adalah suatu yang diharapkan perusahaan agar dapat menghadapi pesaingnya dan menguasai pangsa pasarnya. Salah satunya adalah dengan memberikan *reliability* (keandalan) kepada pelanggan dengan cermat dalam melayani dan memberikan apa yang telah menjadi kesepakatan diawal. Tidak dapat dipungkiri selain keandalan perusahaan juga di tuntut untuk memiliki sumber daya manusia yang memiliki daya tanggap yang baik agar saat melayani pelanggan tidak merasa kecewa atau bisa dikatakan perusahaan memiliki pelayanan yang prima seperti merespon permintaan pelanggan saat melakukan perjalanan, walaupun permintaan itu diluar kesepakatan tapi jika perusahaan masih dapat memberikan harus diberikan secara prima tanpa mengurangi apa yang sudah di sepakati sebelumnya. Strategi semacam ini menjadi nilai lebih dari pelanggan untuk perusahaan agar terciptanya kepercayaan dan diharapkan memberikan kepuasan lebih terhadap pelanggan yang berimbas akan kembalinya pelanggan untuk kesempatan berikutnya dan dapat merekomendasikan kepada teman atau saudara pelanggan tersebut untuk melakukan perjalanan wisata kepada biro perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.

Menurut Tjiptono (2016:146) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Hal inilah yang harus diterapkan oleh setiap perusahaan, agar mampu

memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi konsumen, agar konsumen mau untuk kembali menggunakan produk maupun jasa.

Dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu dekat dapat dikatakan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang sampai memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen. McKnight (2015), menyatakan kepercayaan konsumen adalah kepercayaan pelanggan sebagai harapan positif konsumen terhadap produsen atas kemampuannya menghasilkan produk yang memuaskan pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Hidayat (2019) menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian dari Mawey (2018) menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan sesuatu yang dipertimbangkan konsumen untuk kepentingan atau wisata mereka. Meningkatkan kualitas pelayanan hendaknya memberikan pelayanan yang terbaik dan menerima kritik dan saran konsumen untuk memperbaiki atau meningkatkan pelayanan yang memuaskan mengingat persaingan antar perusahaan jasa sangat ketat. Tjiptono (2016:115) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau yang melebihi harapan. Secara umum, layanan yang diberikan oleh perusahaan yang baik memiliki kepuasan yang tinggi dan jumlah pembelian berulang yang sangat tinggi. Kepuasan pelanggan yang diterimanya terhadap

pelayanan akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan meningkatkan penjualan di masa mendatang. Menurut Tjiptono (2016:232) dimensi kualitas pelayanan ada lima yaitu *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*.

Keandalan (*realibility*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan. Keandalan dilihat dari pelayanan yang baik dan bisa diandalkan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pengguna yang di ukur dari indikator kemampuan, kecermatan, kenyamanan, keamanan dan memenuhi harapan dengan baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Kotler, 2016: 11). Berdasarkan penelitian terdahulu dari Hasbullah dan Amri (2020) menyatakan bahwa Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian dari Riyadi (2019) menyatakan bahwa Keandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Responsiveness yaitu daya tanggap atau suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Keresponsifan dalam kepuasan pengguna merupakan penilaian khusus terhadap kepuasan pengguna yang dilihat dari aspek respon pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pengguna yang diukur dari indikator kecepatan, respon, kualitas, ketepatan dan kesopanan dalam memberikan pelayanan (Kotler, 2016: 15). Berdasarkan

penelitian terdahulu dari Songko (2021) menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan hasil penelitian dari Akbar (2023) menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sehubungan dengan latar belakang sebelumnya, penelitian ini berfokus pada menarik kepercayaan yang digunakan perusahaan untuk mempererat hubungan dan kualitas layanan kepada konsumen melalui keandalan dan daya tanggap yang diberikan kepada konsumen dari biro perjalanan pada umumnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan CV Cakrawala Aji Karya. Berdasarkan uraian diatas dan beberapa riset gap tersebut Peneliti tertarik untuk menguji **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN DAN DAYA TANGGAP TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BIRO PERJALANAN CV CAKRAWALA AJI KARYA”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya?
2. Bagaimana keandalan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya?
3. Bagaimana daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris bahwa:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.
2. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.
3. Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya dan Sebagai sumber data dan informasi untuk peneliti lanjutan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi instansi dalam pengelolaan kualitas pelayanan beserta segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek kualitas pelayanan secara lebih baik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan konsumen adalah suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Kotler dan Keller (2016:33) mengatakan kepuasan konsumen adalah *Satisfaction reflects a person's judgment of a product's perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted* yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, konsumen kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang. Tjiptono (2016:353) mengkonseptualisasikan kepuasan konsumen seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu hasil dari

perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016: 87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, konsumen akan merasa percaya dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen.
- 5) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

c. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen, menurut Kotler dan Keller (2016:92) adalah:

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan konsumen diukur dengan menanyakan apakah konsumen ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan konsumen diukur dengan menanyakan apakah konsumen akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

2. Kepercayaan Konsumen

a. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016: 225) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan.

Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen

tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen, 2011:312). Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Tanpa kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu panjang. Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk bersandar pada mitra bisnis yang dipercayai (Kanuk dan Schiffman, 2010:30).

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut (Sumarwan, 2011:165).

Berdasarkan pada beberapa definisi di atas dapat diartikan *trust* (kepercayaan) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

b. Indikator Kepercayaan Konsumen.

Ada beberapa dimensi dan indikator untuk dapat mengetahui kepercayaan konsumen salah satunya menurut Kotler dan Keller

(2016:225) ada tiga indikator kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1) *Benevolence* (kesungguhan / ketulusan).

Benevolence yaitu seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.

2) *Ability* (Kemampuan)

Ability (Kemampuan) adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan ketika bertransaksi.

3) *Integrity* (integritas)

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

3. Keandalan (*Realibility*)

a. Pengertian Keandalan (*Realibility*)

Menurut Tjiptono (2016:282) *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:53) “Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat.” Atribut yang ada dalam dimensi keandalan ini seperti memberikan pelayanan sesuai janji,

pertanggungjawaban tentang penanganan pelanggan akan masalah pelayanan dan memberikan pelayanan tepat waktu. Hubungan keandalan (*reliability*), terhadap kepuasan pelanggan. Jadi layanan yang akurat sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan termasuk memiliki karyawan- karyawan yang handal dibidangnya, maka para pelanggan akan merasa puas terhadap perusahaan. (Kotler dan Keller 2016:53).

b. Indikator Keandalan (*Realibility*)

Indikator Keandalan (*Realibility*) menurut Kotler dan Keller (2016: 53) adalah sebagai berikut:

- 1) Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan,
- 2) Memiliki standar pelayanan yang jelas,
- 3) Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan,
- 4) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

a. Pengertian Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Menurut Kotler dan Keller (2016: 56) Daya tanggap merupakan kesediaan membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Dalam dimensi ini suatu perusahaan harus memberikan pelayanan dan menanggapi permintaan dari sudut pandang konsumen bukan sudut pandang perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:

56) yang menyatakan bahwa Daya tanggap berkenaan dengan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat, apabila karyawan cepat tanggap melayani konsumen maka perusahaan akan mendapat simpati dari konsumen itu sendiri.

b. Indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Menurut Kotler dan Keller (2016: 56) untuk dimensi *responsiveness* (daya tanggap) terdiri atas lima indikator, yaitu:

- 1) Merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan,
- 2) Petugas melakukan pelayanan dengan cepat,
- 3) Petugas melakukan pelayanan dengan tepat,
- 4) Petugas melakukan pelayanan dengan cermat,
- 5) Petugas melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, dan Semua keluhan konsumen direspon oleh petugas.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini diperlukan sebagai referensi atau acuan bagi penelitian yang penulis lakukan dan disusun dalam bentuk tabel sebagaimana yang disajikan pada paparan berikut ini:

Tabel 1
Peneliti Terdahulu

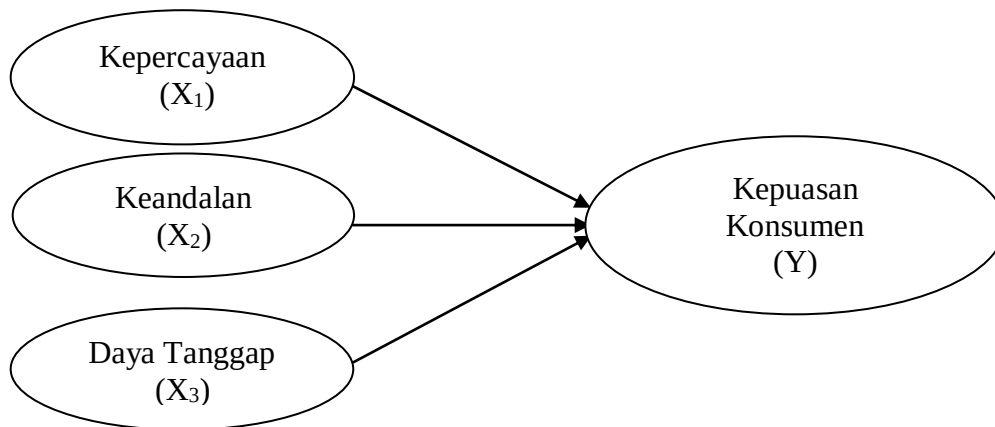
No	Nama Dan Tahun	Judul	Variabel Independen	Hasil
1	Mawey (2018)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo	a. Kepercayaan b. Kualitas Layanan	a. Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan b. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
2	Riyadi (2019)	Analisis Pengaruh <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , <i>Empaty</i> , <i>Tangibles</i> Dan Keragaman Menu, Terhadap Kepuasan Pelanggan	a. <i>Reliability</i> b. <i>Responsiveness</i> c. <i>Assurance</i> d. <i>Empaty</i> e. <i>Tangibles</i> f. Keragaman Menu	a. <i>Reliability</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan b. <i>Responsiveness</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan c. <i>Assurance</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan d. <i>Empaty</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan e. <i>Tangibles</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan f. Keragaman Menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
3	Hidayat (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pt. Tamasya Tour & Travel Jakarta Pusat Periode September - November 2018)	a. Kualitas Layanan b. Kepercayaan c. Lokasi	a. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan b. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan c. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

4	Hasbullah dan Amri (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Romi Tour And Travel	a. Bentuk fisik b. Empati c. Kehandalan d. Daya Tanggap e. Jaminan	a. Bentuk fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan b. Empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan c. Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan d. Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan e. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
5	Songko (2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jama'ah Umrah Jasmine Tour dan Travel Surabaya	a. <i>Tangibles</i> b. <i>Reliability</i> c. <i>Responsiveness</i> d. <i>Assurance</i> e. <i>Empaty</i>	a. <i>Tangibles</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan b. <i>Reliability</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan c. <i>Responsiveness</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan d. <i>Assurance</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan e. <i>Empaty</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
6	Akbar (2023)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	a. Bentuk fisik b. Kehandalan c. Daya Tanggap d. Jaminan e. Empati	a. Bentuk fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan b. Kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan c. Daya Tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan d. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan e. Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Sumber: Mawey (2018), Riyadi (2019), Hidayat (2019), Hasbullah dan Amri (2020), Songko (2021), Akbar (2023)

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang akan diuji kebenarannya dengan fakta yang ada (Sugiyono 2018), maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **H₁**: Diduga Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.
2. **H₂**: Diduga Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.
3. **H₃**: Diduga Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali
2. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali
3. Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali
4. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,701 ini berarti bahwa kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali dijelaskan oleh variabel kepercayaan, keandalan dan daya tanggap sebesar 70.1% dan sisanya 29.9% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian seperti lokasi, jaminan dan empati.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dikemukakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini kepercayaan, keandalan dan daya tanggap sehingga hasil penelitian ini belum bisa mewakili tingkat kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali.

2. Lokasi penelitian ini sangat terbatas yaitu hanya di CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali, sehingga hanya dapat digeneralisasikan dilingkungan CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka hal yang dapat disarankan untuk CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali. Untuk itu peneliti menyarankan CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali meningkatkan Kepercayaan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Meningkatkan reputasi CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali.
 - b. Meningkatkan kompetensi karyawan CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali dalam melayani konsumen.
 - c. Meningkatkan kinerja karyawan CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali dalam melayani konsumen.
2. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali. Untuk itu peneliti menyarankan CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali meningkatkan Keandalan dengan cara sebagai berikut:
 - a. Meningkatkan standar pelayanan yang jelas
 - b. Meningkatkan Petugas CV Cakrawala Aji Karya lebih cermat dalam melayani pelanggan

- c. Meningkatkan Petugas CV Cakrawala Aji Karya dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- 3. Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali. Untuk itu peneliti menyarankan CV. Cakrawala Aji Karya Boyolali meningkatkan Daya tanggap dengan cara sebagai berikut:
 - a. Meningkatkan pelayanan dengan tepat
 - b. Meningkatkan respon dalam melayani konsumen
 - c. Meningkatkan kecepatan dalam pelayanan
- 4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan populasi yang lebih luas dan sampel yang lebih besar sehingga hasilnya akan lebih baik.
- 5. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel penelitian maupun indikator penelitian yang lain agar penelitian semakin lengkap dan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. 2023. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Universitas Yapis Papua
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasbullah dan Amri. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Romi Tour And Travel*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
- Hidayat. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pt. Tamasya Tour & Travel Jakarta Pusat Periode September - November 2018)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur
- Irawan, H. 2021. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputido
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mawey. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur
- McKnight, D.H., Cummings, L.L. and Chervany, N.L. 2015. *Initial Trust formation in new organizational relationships*. Academy of Management Review. Vol. 23 No.3. h. 473-90
- Mowen, J.C., Minor, M., & Yahya, D. K. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Riyadi. 2019. *Analisis Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empaty, Tangibles Dan Keragaman Menu, Terhadap Kepuasan Pelanggan*. jurnal STIE Sampit
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2010. *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Songko. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jama'ah Umrah Jasmine Tour dan Travel Surabaya*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Syariah SBI Surabaya
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ghalia
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian KATA PENGANTAR

Kepada Yth.

Bp/Ibu/Sdr/i Konsumen

Biro Perjalanan CV Cakrawala Aji Karya

Boyolali

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Ramadhan Pandu Wicaksono

NIM : 19.12.0081

Prodi : S1 Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Surakarta

Mengharapkan kesediaan Bp/Ibu/Sdr/i untuk berkenan mengisi daftar pernyataan yang saya ajukan di bawah ini, untuk membantu penyusunan skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN DAYA TANGGAP
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BIRO PERJALANAN CV
CAKRAWALA AJI KARYA.**

Jawaban yang Bp/Ibu/Sdr/i berikan akan sangat bermanfaat bagi kepentingan ilmu pengetahuan. Data yang kami peroleh bersifat terbatas dan tidak dipublikasikan. Atas kerjasama yang saudara berikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Ramadhan Pandu

Berilah Tanda cross (X) pada pilihan di bawah ini

Petunjuk pengisian :

PERTANYAAN UNTUK BIODATA RESPONDEN

1. Jenis kelamin anda adalah:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Umur anda saat ini:
 - a. 18 th – 25 th
 - b. 26 th – 35 th
 - c. 36 th ke atas
3. Tingkat pendidikan terakhir yang Anda miliki saat ini:

a. SD	d. Diploma
b. SLTP	e. Sarjana
c. SLTA	f. Magister

Jawablah beberapa pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda $\surd$ pada kolom yang telah disediakan

Keterangan jawaban

SS = Sangat setuju

S = setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = sangat Tidak Setuju

A. KEPUASAN PELANGGAN

No	Butir Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasakan pelayanan CV Cakrawala Aji Karya memenuhi harapan konsumen					
2	Saya merasakan pelayanan CV Cakrawala Aji Karya melebihi ekspektasi konsumen					
3	Saya melakukan perjalanan berulang dengan CV Cakrawala Aji Karya					
4	Saya puas sehingga memutuskan menggunakan jasa CV Cakrawala Aji Karya untuk menggunakan jasa kembali					
5	Saya melakukan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa perjalanan CV Cakrawala Aji Karya					
6	Saya memberi saran kepada orang lain produk jasa yang ditawarkan CV Cakrawala Aji Karya					

B. KEPERCAYAAN

No	Butir Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin CV Cakrawala Aji Karya selalu memberikan yang terbaik bagi konsumennya					
2	Saya yakin CV Cakrawala Aji Karya akan memberikan kualitas semaksimal mungkin demi kepuasan konsumen					
3	Saya yakin CV Cakrawala Aji Karya adalah biro perjalanan yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan konsumen					
4	Saya merasa biro perjalanan CV Cakrawala Aji Karya sangat baik dibanding biro perjalanan lain					
5	Saya merasa CV Cakrawala Aji Karya mempunyai reputasi yang bagus					
6	CV Cakrawala Aji Karya memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan saya					

C. KEANDALAN

No	Butir Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya cermat dalam melayani pelanggan					
2	CV Cakrawala Aji Karya Memiliki standar pelayanan yang jelas					
3	CV Cakrawala Aji Karya Memiliki standar pelayanan yang baik					
4	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya mampu menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan dengan tepat seperti mengoprasikan dispenser dan audio di dalam bus					
5	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya ahli menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan seperti menggunakan kamera					

D. DAYA TANGGAP

No	Butir Peryataan	SS	S	N	TS	STS
1	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya Merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan					
2	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya melakukan pelayanan dengan cepat					
3	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya melakukan pelayanan dengan tepat					
4	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya melakukan pelayanan dengan cermat					
5	Tour Leader CV Cakrawala Aji Karya melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat, dan Semua keluhan konsumen direspon oleh petugas					