

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LEMBAGA PENGEMBANGAN DAN SERTIFIKASI BATU MULIA (LPSB) DI MARTAPURA KABUPATEN BANJAR

Eni Hairany

(Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar Martapura)

Marijati Sangen

(Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin)

ABSTRACT

This study has the objective of identifying and analyzing the influence of satisfaction and trust on customer loyalty LPSB Martapura Banjar District. Research location conducted in LPSB Martapura Banjar Regency. The population of this research is all the customers who use the services LPSB in requesting certificates, as well as scrap in 2012, according to the data contained in the report LPSB in 2012 as many as 124 people .

Based on the results of hypothesis testing, with multiple linear regressions, get that the satisfaction and confidence significantly positive effect on customer loyalty LPSB Martapura Banjar District. Partially, satisfaction and confidence significantly positive effect on customer loyalty. Between two variables, satisfaction variable is a variable that is the dominant influence on customer loyalty LPSB Martapura Banjar district.

Keywords:

Satisfaction, Trust, Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan LPSB Martapura Kabupaten Banjar. Lokasi penelitian dilakukan di LPSB Martapura Kabupaten Banjar. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa LPSB dalam meminta pembuatan sertifikat maupun memo pada tahun 2012, sesuai data yang terdapat di laporan LPSB tahun 2012 yaitu sebanyak 124 orang..

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dengan regresi linear berganda, di dapatkan bahwa secara simultan kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan LPSB Martapura Kabupaten Banjar. Secara parsial, kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan. Diantara kedua variabel yang berpengaruh signifikan tersebut, variabel kepuasan merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan LPSB Martapura kabupaten Banjar.

Kata Kunci :

Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas

PENDAHULUAN

Unit Pelaksana Teknis Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (UPT LPSB) sesuai Peraturan Bupati Banjar no 36 tahun 2008 mempunyai tugas pokok menyelenggarakan analisis untuk pemberian Sertifikasi Batu Mulia dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk meningkatkan produk batu mulia. Lembaga ini juga berfungsi untuk : 1) Pelayanan sertifikasi batu mulia, 2) Pelayanan jasa penggosokan batu mulia, 3) Pengolahan batu mulia yang berkualitas, dan 4) Penyelenggaraan pelatihan / training atau bimbingan teknis kepada pengrajin batu mulia.

Adanya manfaat yang dirasakan oleh masyarakat penggemar permata, mempengaruhi peningkatan sertifikasi yang diterbitkan oleh UPT LPSB sehingga kontribusi ke pemerintah melebihi dari target yang ditentukan sebesar 215%. Hal ini bisa dijadikan indikator untuk mengetahui peningkatan kesadaran masyarakat, dimana masyarakat sudah menyadari manfaat dan pentingnya sertifikasi batu permata dibanding awal berdiri. Sepanjang tahun 2007 sertifikasi yg diterbitkan oleh UPT LPSB yaitu 207 lembar, sedangkan tahun 2011 mengalami lonjakan menjadi 592 lembar dan tahun 2012 sebanyak 2.506 lembar.

Berdasarkan uraian dan kondisi yang terjadi di LPSB dan melihat perkembangan minat dan kebutuhan masyarakat terkait jaminan kualitas batu permata yang dimiliki, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berhubungan dengan Loyalitas Pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar dengan menggunakan aspek kepuasan dan kepercayaan dengan judul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan”.

Perumusan Masalah

1. Apakah variabel kepuasan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Martapura Kabupaten Banjar ?
2. Apakah variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Martapura Kabupaten Banjar ?
3. Apakah variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Martapura Kabupaten Banjar ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Martapura Kabupaten Banjar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Martapura Kabupaten Banjar.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Martapura Kabupaten Banjar.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pengertian Jasa

Tjiptono dan Chandra (2005 : 10) mengemukakan, "Jasa merupakan aktivitas , manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual". Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu aktivitas, manfaat serta kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

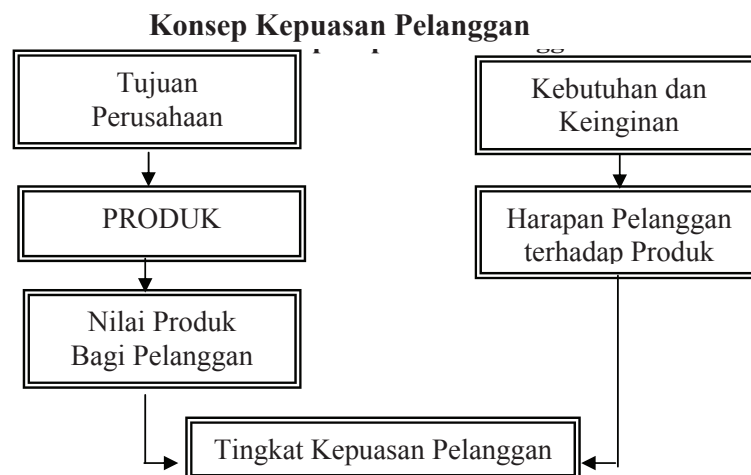
Pengertian Pelayanan

Pengertian pelayanan menurut *Stanton* (2001 : 20) adalah "kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba, yang merupakan kebutuhan dan tidak harus terkait pada penjualan produk atau jasa lainnya".

Pelayanan merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Pelayanan dalam suatu perusahaan jasa dapat dikatakan sebagai proses penyerahan jasa dari produsen ke konsumen. Setiap perusahaan jasa mengerahkan usahanya agar menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya.

Kepuasan

Kotler (2002 : 42) mendefinisikan kepuasan secara umum, sebagai berikut : "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan – harapannya."



(Sumber : Tjiptono, 2000 : 25)

Kepercayaan

Menurut Mayer *et al.* (1995:712) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

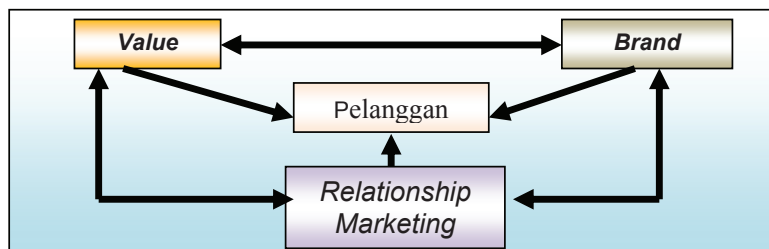
1. Kemampuan (*Ability*).
2. Kebaikan hati (*Benevolence*).
3. Integritas (*Integrity*).

Loyalitas

A. Loyalitas Konsumen

Tjiptono (2002:85) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
3. Selalu menyukai merek tersebut
4. Tetap memilih merek tersebut
5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.



Tiga Pilar Loyalitas Pelanggan (Chan : 2003:18)

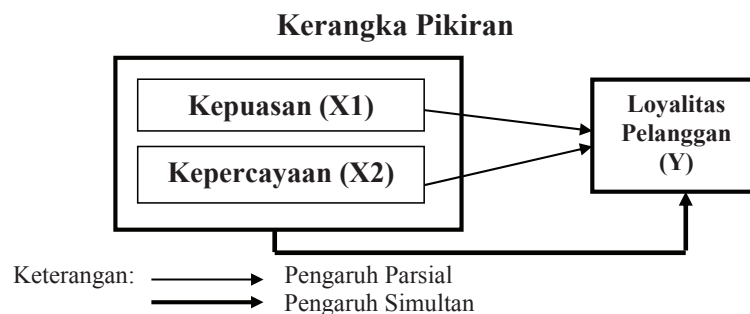
Pengujian di LPSB didukung peralatan laboratorium dengan mengacu standar Internasional sehingga mendapatkan hasil pengujian yang akurat. Pengujian mengikuti

pengujian yang umumnya dilakukan para Gemologist internasional yaitu meliputi 4 C: 1) *Colour* (Warna), 2) *Carat or weight* (Karat atau Berat), 3) *Clarity* (Kejernihan) dan 4) *Cut* (Potongan). Empat faktor ini secara luas membedakan nilai dari sebuah berlian.

Selain faktor 4C tersebut ada faktor lain yang dapat menentukan nilai dari suatu berlian yaitu Sertifikat. Karena dengan sertifikat dapat memberi kepercayaan pembeli, sehingga pembeli tidak salah dalam membeli yang tentu harus diikuti dengan memahami isi yang tertulis dalam sertifikat tersebut. Namun barang bersertifikat tidak selalu menunjukkan bahwa permata itu berkualitas baik. Maka untuk mengetahui berkualitas baik atau tidak dapat meminta penjelasan dengan gemologist/tenaga ahli yang menerbitkan sekaligus menanyakan keaslian sertifikat tersebut.

KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Kerangka Pikiran



Hipotesis Penelitian

- H.1: diduga variabel kepuasan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pengrajin dan pedagang batu mulia.
- H.2: diduga variabel kepuasan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pengrajin dan pedagang batu mulia.
- H.3: diduga variabel kepuasan merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pengrajin dan pedagang batu mulia.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam kajian penelitian ini adalah deskriptif kausal, yaitu untuk mengukur hubungan-hubungan antar variabel riset atau berguna untuk mengukur menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain (Umar, 2003:40).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar Martapura, yang beralamat di Jalan A. Yani No. 22 Kilometer 40 Martapura Kabupaten Banjar Propinsi Kalimantan Selatan

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang menjadi satuan pengamatan pada penelitian ini adalah pengrajin dan pedagang batu mulia di wilayah Kabupaten Banjar, yang menggunakan jasa Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) dalam proses pembuatan sertifikat terhadap batu mulia miliknya.

Berdasarkan data Laporan Tahun 2012, Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar menerbitkan 2.506 sertifikat dan memo dengan jumlah pengrajin dan pedagang batu mulia yang memesan sertifikat sebanyak 124 orang. Singarimbun (1995) menyatakan bahwa, untuk dapat memberikan gambaran yang lebih representatif dan mengurangi tingkat kesalahan (*error*) terhadap nilai populasinya, maka total populasi atau sensus lengkap dapat memberikan gambaran yang representatif atau lebih mendekati nilai sesungguhnya, karena nilai perkiraan (sampel) sama dengan nilai parameternya (populasi), dengan kata lain antara besarnya sampel yang diambil dengan besarnya tingkat kesalahan (*error*) terdapat hubungan negatif. Maka pada penelitian ini tidak dilakukan pengambilan sampel (teknik sampling) atau mengikut sertakan seluruh anggota populasi yang ada (sampling jenuh).

Variabel Penelitian

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel terikat (Y) loyalitas pengrajin dan pedagang batu mulia terhadap Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar.
2. Variabel bebas (X) yaitu kepuasan dan kepercayaan pengrajin dan pedagang batu mulia terhadap Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *linear multiple regression* (regresi linear berganda) melalui bantuan program SPSS for Windows, sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Fungsi tersebut menggambarkan hubungan antara dua variabel yaitu variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) dalam hal ini:

- Y = loyalitas pelanggan
- x_1 = kepuasan pelanggan
- x_2 = kepercayaan pelanggan
- β_{12} = koefisien regresi
- β_{12} = koefisien regresi
- α = konstanta
- e = derajat kesalahan

Untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan parsial digunakan alat uji statistik, yaitu:

1. Uji F. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf nyata α sebesar 5% dengan derajat kebebasan (df) = (k-1) (n-k). Bila F dihitung $\leq$ F tabel, maka hipotesis diterima, dan sebaliknya jika F dihitung $>$ F tabel, maka hipotesis ditolak. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama.
2. Uji t. Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf nyata α sebesar 5% dengan derajat kebebasan (df) = (n-k). Bila t hitung $\geq$ t tabel, maka hipotesis diterima, sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel, maka hipotesis ditolak. Uji ini digunakan untuk menjawab hipotesis kedua.

PEMBAHASAN

Pembuktian Hipotesis dan Interpretasi Hasil

Analisis Regresi Berganda

Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sig	r _{partial}
Loyalitas (Y)	Kepuasan (X1)	0.484	7.825	0,000	0,580
	Kepercayaan (X2)	0,332	5.008	0,000	0,414
Konstanta = 5,752 F _{hitung} = 44.440 R Square (R ²) = 0,423 Sig F = 0,000					

Sumber : Data diolah, 2014

Pengujian Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

Berdasarkan Tabel diketahui F_{hitung} sebesar 44.440 dengan tingkat signifikansi 0,000. Untuk F_{Tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% serta derajat kebebasan (df) = (k-1)(n-k) = (3 - 1)(124 - 3) = (2;121) diperoleh nilai F_{Tabel} sebesar 3.071140. Dengan demikian diketahui bahwa hipotesis pertama diterima karena F_{hitung} (44.440) > F_{tabel} (3.071140.) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan LPSB.

b. Hipotesis Kedua

Pembuktian untuk hipotesis yang kedua ini digunakan Uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel indenpenden secara individual terhadap variabel dependen. Sedangkan yang menjadi derajat kebebasan adalah (df) = (n-k). Jika t_{hitung} > dari t_{tabel} atau sig t < tingkat signifikansi 0,05 maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika t_{hitung} < t_{tabel} atau sig t > tingkat signifikansi 0,05 maka hipotesis ditolak. Untuk t_{tabel} pada

signifikansi dua arah penelitian ini dapat diketahui : $(df) = (n-k) = (124 - 3) = 121$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.657544.

Variabel Kepuasan (X1)

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel Kepuasan (X1) sebesar 7.825 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis ini diterima karena $t_{\text{hitung}} (7.825) > t_{\text{tabel}} (1.657544)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Kepuasan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan LPSB.

Variabel kepercayaan (X2)

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar 5,008 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian hipotesis ini diterima karena $t_{\text{hitung}} (5.008) > t_{\text{tabel}} (1.657544)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan LPSB.

Nilai t hitung variabel kepuasan sebesar 7.825 yang lebih besar dari bilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 5.008 menunjukkan bahwa variabel kepuasan lebih dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan LPSB dibandingkan variabel kepercayaan. Berdasarkan kondisi ini LPSB diharapkan dapat memperhatikan kepuasan pelanggan agar loyalitas pelanggan terjaga dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis kepuasan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan LPSB.
2. Secara parsial, variabel kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan LPSB
3. Variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan LPSB adalah kepuasan pelanggan

Saran

1. Bagi semua pihak yang berwenang dan dan terlibat dalam pengelolaan dan pelayanan di LPSB diharapkan mampu memperhatikan tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Diupayakan agar pelanggan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan LPSB dan memiliki kepercayaan terhadap hasil sertifikat dan memo yang diterbitkan LPSB. Perlu keramahan dalam melayani dan ketelitian dalam memeriksa produk batu sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi guna pengembangan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan kepuasan dan kepercayaan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Syafiq, Haryono, 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomspeedy dengan Metode Structural Equation Modeling, Program Studi Magister Manajemen Teknologi Bidang Keahlian Manajemen Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
- Anonim, Laporan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) Kabupaten Banjar Tahun 2011
- Arikunto, Suharsimi, 1992, *Manajemen Penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Chan. 2003. *Relationship Marketing*. Gramedia. Jakarta
- Ferdinand Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*. Pustaka Pribadi, Semarang
- Ferley Anggriawan dan Andy Kridasusila, 2012, Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kuch2Hotahu di Alfa Jl. Fatmawati Raya Semarang), Jurnal *Dinamika Manajemen* Vol. 2 No. 1 September 2012
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Diponegoro.
- Kim, Yangseon., Caixing Liu dan S. Ghon Rhee. 2003. The Effect of Size on Earnings Management. Social Science Research Network Electronic Paper Collection. (<http://papers.ssrn.com>)
- Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta.
- ., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Indeks, Jakarta.
- Matti Mäntymäki, 2010, Trust, Social Presence and Customer Loyalty in Social Virtual Worlds, Implications for the Individual, Enterprises and Society, June 20 - 23, 2010; Bled, Slovenia
- Mayer, R. Davis, J. & Schoorman, F. 1995. An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review* 20 (March): 709-734
- Mohammad Muzahid Akbar¹ and Noorjahan Parvez Impact of Service Quality, *Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*, *ABAC Journal* Vol. 29, No. 1 (January-April 2009, pp.24-38)
- Oky Fuadillah Akbar, 2012, Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kendaraan Merek Toyota (Studi Kasus Konsumen Auto 2000 Cabang Sisingamangaraja Medan), Universitas Sumatera Utara Medan
- Peraturan Bupati Banjar No. 36 Tahun 2008
- Rangkuti, Freddy 2002, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Gramedia, Jakarta.
- Rinda Nariswari dan Nur Iriawan, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Flexi Mobile Broadband di Wilayah Surabaya dengan Pendekatan SEM Bayesian, *JURNAL SAINS DAN SENI ITS* Vol. 1, No. 1, (Sept. 2012) ISSN: 2301-928X

- Santoso S, 2003, *Buku Latihan SPSS, Strategi Parametrik*. PT. Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Singarimbun dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta
- Stanton J. William, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Swasta, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- T. van Vuuren, M. Roberts-Lombard & E. van Tonder, 2012, Customer satisfaction, trust and commitment as predictors of customer loyalty within an optometric practice environment, *Southern African Business Review* Volume 16 Number 3 2012
- Tjiptono , 2000, *Pemasaran Jasa*, Penerbit Bayumedia Publishing, Malang.
- _, 2002, *Pemasaran Jasa*, Penerbit Bayumedia Publishing, Malang.
- _, dan Gregorius Chandra, 2005, *Service Quality Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Zeithaml et al., (1996). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. *European. Journal of Marketing*.