

ANALISIS RETENSI PELANGGAN

by Lisda R

Submission date: 08-Jan-2024 03:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 2267821008

File name: Prosiding_Retensi_Pelanggan_AMNI.pdf (147.03K)

Word count: 1901

Character count: 12700

ANALISIS RETENSI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA KSOP KELAS 1 TANJUNG EMAS SEMARANG

Dr.Adenanthera L Dewa. S.T,M.M
LISDA RAHMASARI S.E, M.M

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna jasa KSOP Kelas 1 Tanjung Emas Semarang. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa KSOP Kelas 1 Tanjung Emas Semarang dengan responden sebanyak 120 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis data berupa uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji auto korelasi; uji ketepatan model yang terdiri dari uji F dan uji koefisien determinasi; analisis regresi linier berganda; dan uji hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi dengan bantuan SPSS 20,0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi untuk retensi pelanggan adalah $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,109 sedangkan kepuasan pelanggan tingkat signifikansinya adalah $0.001 < 0.05$ dengan koefisien regresi sebesar 0.211.

Kata kunci: *Retensi Pelanggan , Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pengguna Jasa*

LATAR BELAKANG

Strategi pemasaran terdapat dua macam, yakni strategi mencari pelanggan baru dan strategi mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Kedua strategi tersebut dapat dilaksanakan secara bersamaan, tetapi strategi mempertahankan pelanggan selayaknya mendapatkan perhatian yang lebih besar. Ini berarti, perusahaan harus selalu berupaya agar para pelanggannya selalu merasa puas dan melakukan pembelian ulang (Kotler & Amstrong, 2009: 228). Mempertahankan pelanggan menjadi tujuan utama bagi perusahaan. Retensi pelanggan dapat menghasilkan keuntungan untuk transaksi perusahaan dan pelanggan, pelaku ekonomi, sosial dan psikologis bagi pelanggan. Pelaksanaan hubungan pemasaran sebagai strategi untuk mempertahankan pelanggan dapat memberikan keunggulan kompetitif yang kuat dan jangka panjang terhadap perusahaan (Robert & Brodie, 2003). Retensi pelanggan dapat didefinisikan sebagai kecenderungan pelanggan di waktu yang akan datang untuk tetap bersama dengan atau menggunakan penyedia jasa yang sama (Ranaweera, 2003). Retensi konsumen adalah keputusan seorang konsumen atau pelanggan untuk tetap bertahan pada produk maupun penyedia jasa tertentu (Hasan, 2009: 80). Menurut Buttle (2004: 55), retensi pelanggan adalah menjaga hubungan lanjut dengan pelanggan untuk jangka panjang. Retensi pelanggan merupakan gambaran dari kesetiaan dan kekebalan konsumen. Retensi pembelian yang tinggi sama dengan kesetiaan dan kekebalan. Kemudian menurut Raab & Shylajan (2008), retensi pelanggan merupakan hasil ketergantungan yang lebih pada pelanggan dalam kaitannya dengan penyedia jasa atau produk. Retensi pelanggan menekankan kegiatan pemasar dalam mempertahankan pelanggan. Kandampully & Suhartanto (1999), menyatakan bahwa kesuksesan perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan

ang sudah ada jauh lebih murah dibandingkan mencari pelanggan baru. Pembentukan retensi pelanggan dapat terjadi dengan adanya kedekatan hubungan dengan perusahaan dari penggunaan strategi relationship marketing (Rangkuti, F., 2002: 76).

Relationship marketing merupakan pendekatan pemasaran yang penekanannya membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen untuk membangun kepercayaan, komitmen, dan menumbuhkan loyalitas terhadap perusahaan. Hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan tidak hanya dengan konsumen, tetapi juga dengan seluruh kelompok kunci seperti pemasok, distributor, dan partner pemasaran lainnya, dalam usaha mendapatkan dan mempertahankan bisnis serta membangun kekuatan ekonomi, teknis, dan sosial yang erat di antara kelompok tersebut (Kotler & Amstrong, 2009: 245). ² Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas konsumen. Memperbaiki hubungan antara service performance, kepuasan pelanggan, dan intensi pembelian konsumen yang tercermin melalui loyalitas. Hasil penelitiannya mengajukan teori bahwa kepuasan pelanggan adalah tepat dijelaskan sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini. Sehingga dalam peta pelayanan yang baru, posisi service performance diyakini semakin kuat menciptakan loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi service performance terhadap loyalitas pelanggan. .

⁴ Pelabuhan mempunyai fungsi strategis dalam melaksanakan kegiatan ekonomi. ⁴ Salah satu pelabuhan yang digunakan untuk melakukan aktifitas ekspor-impor dan merupakan kategori pelabuhan khusus adalah Pelabuhan Tanjung Emas yang terletak di pantai utara Kota Semarang. Posisi geografi Kota Semarang terletak di pantai Utara Jawa Tengah, tepatnya pada garis 6°, 5' -7°, 10' Lintang Selatan dan 110°, 35' Bujur Timur. Pelabuhan Tanjung Emas yang pada awalnya disebut Pelabuhan Semarang, pada mulanya merupakan Pelabuhan Rede yang dibangun pada

tahun 1874 ditandai dengan berdirinya Menara Suar. Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Tanjung Emas Semarang mempunyai tugas melaksanakan pemberian pelayanan lalu lintas dan angkutan laut, keamanan dan keselamatan pelayaran di perairan pelabuhan untuk memperlancar angkutan laut. KSOP Kelas 1 Tanjung Emas Semarang sebagai penyelenggaraan pelayanan masih dihadapkan pada sistem pembayaran yang belum optimal. Untuk mengatasi kondisi tersebut perlu dilakukan upaya perbaikan kualitas pelayanan secara berkesinambungan demi mewujudkan pelayanan yang prima. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting didalam usaha meningkatkan loyalitas pengguna jasa. Dari latar belakang diatas maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Retensi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa KSOP Kelas I Tanjung Emas Semarang”.

HIPOTESIS

Berdasarkan telaah pustaka dan model pemikiran teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H1: *Retensi Pelanggan* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa
- H2: *Kepuasan Pelanggan* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna jasa KSOP Kelas 1 Tanjung Emas Semarang . Sedangkan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini hanyalah 120 pengguna jasa yang dianggap telah mewakili dari keseluruhan populasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat tabel histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sample yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2001).

Uji Multikoloniearitas

Multikoloniearitas berarti menunjukkan adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Menurut Ghozali (2001) multikoloniearitas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya/tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Menurut Santoso (2001) jika $VIF > 5$, maka variable tersebut mempunyai persoalan dengan variabel lainnya.

Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2001) juga berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya Heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized* (Santoso, 2000).¹ Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

- Jika penyebaran data pada scatterplot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.
- Jika penyebaran data pada scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah analisis regresi bertujuan melihat pengaruh

antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Model regresi pada penelitian di Bursa Efek Indonesia di mana periodenya lebih dari satu tahun biasanya memerlukan uji autokorelasi. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson, uji dengan Run Test dan jika data observasi di atas 100 data sebaiknya menggunakan uji Lagrange Multiplier. Beberapa cara untuk menanggulangi masalah autokorelasi adalah dengan mentransformasikan data atau bisa juga dengan mengubah model regresi ke dalam bentuk persamaan beda umum (*generalized difference equation*). Selain itu juga dapat dilakukan dengan memasukkan variabel lag dari variabel terikatnya menjadi salah satu variabel bebas, sehingga data observasi menjadi berkurang 1.

Analisis Regresi Linear Berganda

Alat uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda (*multiple regression*) untuk mengetahui pengaruh *retensi pelanggan* dan kepuasan pelanggan terhadap pengguna jasa Ksop Kelas 1 Tanjung Emas Semarang. Dalam penelitian ini, signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.702	1.466			
	x1	.109	.125	.231	2.370	.000
	x2	.211	.115	.171	2.093	.001

a. Dependent Variable: y1

Sumber : Hasil data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.702 + 0,109 X_1 + 0,211 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 2,702 mempunyai arti jika tidak ada retensi pelanggan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), maka loyalitas pengguna sebesar 2,702
2. β_1 (Nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,109 mempunyai arti koefisien regresi retensi pelanggan (X_1) bernilai positif berarti jika semua indikator retensi pelanggan (X_1) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan loyalitas pengguna sebesar 10.9%.
3. β_2 (Nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,211 mempunyai arti koefisien regresi kepuasan pelanggan (X_2) bernilai positif berarti jika kepuasan pelanggan (X_2) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan loyalitas pengguna sebesar 21.1%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan yang di ada pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh retensi pelanggan terhadap loyalitas pengguna sebesar 0,109 dan signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya apabila retensi pelanggan maka loyalitas pengguna akan meningkat. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh retensi pelanggan terhadap loyalitas pengguna dinyatakan dapat diterima.
2. Ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna sebesar 0,211 dan signifikannya sebesar $0,001 < 0,05$ yang artinya apabila kepuasan pelanggan meningkat maka loyalitas pengguna akan meningkat. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna dinyatakan dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Irnandha, 2016, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat, Universitas Negeri Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro. Habibi, Maksum dan Gunadi.2013.Pengantar Ekonomi dan Bisnis, Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen SMK Kelas X.Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Ismi Munajilah. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual. Jurnal Jurusan Teknologi Industri Pertanian - Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya
- Julivan Murham, 2017, Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Retensi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sektor Telekomunikasi, Universitas Bina Nusantara School of Information System
- Novi Nur Indahsari , 2017, Retensi Konsumen Di Lotte Mart Wholesale Surakarta , Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Supranto, J. 2006, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untu Menaikkan PangsaPasar, Jakarta, Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.

ANALISIS RETENSI PELANGGAN

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[edoc.tips](#)

Internet Source

5%

2

[journal.student.uny.ac.id](#)

Internet Source

5%

3

[muhakbartanjung.blogspot.com](#)

Internet Source

5%

4

[eprints.ums.ac.id](#)

Internet Source

5%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5%

Exclude bibliography On