

PENGARUH INOVASI ORGANISASI TERHADAP KUALITAS JASA PELAYANAN PELABUHAN

Muhammad Anwar¹, Sayekti Suindyah Dwiningwarni^{2*}, Martha Laila Arisandra³

^{1,3}Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan

²Universitas Darul 'Ulum Jombang

*Korespondensi e-mail: sayekti.fps@undar.ac.id

Diserahkan: 23 Juli 2019, Direvisi: 5 Agustus 2019, Diterima: 22 Agustus 2019

Abstract

The purpose of this study was to analyze research (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on service quality, using the Innovative Internal Service Quality Model (IISQ). The research method used is a quantitative descriptive method using multiple linear regression analysis. The results showed tangible and intangible evidence of the quality of partial services. While the variable reliability, responsiveness, assurance, empathy affect positively on the quality of service is not significant. This means that businesses that involve activities / products actually produce quality services. While other activities are only as a support for improving the quality of service. The responsiveness variable has a dominant influence on service quality, but it is not significant. This shows how the implementation of activities and service providers have a great response to the quality of service, meaning that port service providers are very responsive to the needs of port service users, so satisfied users will get help for those needs.

Keywords: Organizational Innovation; Internal Service Quality; Innovative Internal Service Quality

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh inovasi organisasi (tangible, reability, responsiveness, assurance dan empathy) terhadap kualitas jasa layanan, dengan menggunakan *Model Innovative Internal Service Quality (IISQ)*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangible berpengaruh positif dan nyata terhadap kualitas jasa layanan secara parsial. Sedangkan variabel realibility, responsiveness, assurance, empathy berpengaruh positif terhadap kualitas jasa pelayanan tetapi tidak signifikan. Ini berarti bahwa inovasi organisasi yang berupa kegiatan/produk nyatalah yang berpengaruh terhadap kualitas layanan. Sedangkan kegiatan yang lain hanya sebagai penunjang peningkatan kualitas layanan. Variabel *responsiveness* memiliki pengaruh yang dominan terhadap kualitas pelayanan, namun tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa para penyelenggara kegiatan dan penyedia jasa layanan memiliki respon yang besar terhadap kualitas pelayanan, artinya para penyedia layanan jasa kepelabuhan sangat tanggap terhadap kebutuhan dari pengguna jasa layanan pelabuhan, sehingga para perngguna merasa puas karena segera mendapatkan tanggapan untuk dilayani.

Kata kunci: Inovasi Organisasi; Kualitas Layanan Internal; Inovatif Internal Service Quality

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan ekonomi yang pesat, persaingan pasar yang semakin ketat, dan kesadaran konsumen yang muncul akan hak dan kepentingan, status dan peran kualitas layanan telah semakin meningkat, penting dan menjadi cara terbaik bagi perusahaan /instansi untuk mendapatkan keunggulan tambahan produk dan menerapkan strategi diferensiasi mereka untuk meningkatkan daya saing [1].

Inovasi organisasi memiliki banyak dampak signifikan terhadap kinerja organisasi. Ini adalah metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja, dan hubungan eksternal perusahaan [2] menunjukkan bahwa inovasi organisasi diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, kepuasan karyawan, atau inovasi perusahaan, di mana ia bermaksud untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengurangi biaya (administrasi dan persediaan), meningkatkan kepuasan kerja dan produktivitas tenaga kerja. Dengan demikian, inovasi organisasi di sini dapat dilihat sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan internal. Ini terkait erat dengan kepuasan karyawan dan itu menunjukkan bahwa inovasi organisasi pasti dapat mengarah pada daya saing [2].

Penentu ini berguna untuk menguji tingkat inovasi organisasi dalam organisasi terutama di lembaga publik. Sehubungan dengan inovasi dalam badan publik, didefinisikan sebagai penciptaan dan implementasi proses, produk, layanan dan metode pengiriman baru, yang menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam efisiensi, efektivitas atau kualitas hasil. Inovasi organisasi menurut Sutarno [3] yang didefinisikan sebagai cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa.

Dengan kata sederhana, inovasi organisasi sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan internal, yang pada akhirnya akan mengarah pada kualitas dan efektivitas layanan eksternal, efisiensi serta daya saing dalam memberikan layanan. Dengan demikian, lembaga publik harus menekankan inovasi, khususnya inovasi organisasi dalam meningkatkan kualitas layanan internal mereka [4].

Metodologi SERVQUAL telah dikembangkan untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan bisnis. Kemudian, sebuah kesimpulan telah ditarik bahwa dimensi penilaian kualitas layanan yang ditentukan oleh metodologi SERVQUAL dapat disesuaikan dengan penilaian kualitas berbagai layanan (dari layanan pendidikan hingga perdagangan elektronik dan layanan elektronik lainnya) Para penulis metodologi telah mengidentifikasi lima dimensi utama dari kualitas layanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* [5].

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kualitas jasa layanan pelabuhan. Keterbaruan dalam penelitian ini adalah penulis menggunakan metode IISQ dalam mengukur kualitas jasa pelayanan penyelenggara di pelabuhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi Organisasi

Cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa [3]. Inovasi organisasi memiliki banyak dampak signifikan terhadap kinerja organisasi. Ini adalah metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja, dan hubungan eksternal perusahaan [2]. Dengan demikian, inovasi organisasi di sini dapat dilihat sebagai cara yang

efektif untuk meningkatkan kualitas layanan internal. Ini terkait erat dengan kepuasan karyawan [2].

Kepemimpinan Inovasi

[6] mendefinisikan kepemimpinan (*leadership*) adalah suatu pengaruh yang berhubungan antara para pemimpin dan pengikut (*followers*). Karena itu dalam suatu organisasi dibutuhkan seorang pemimpin yang memiliki cara berfikir yang inovatif untuk menghadapi berbagai tantangan dimasa mendatang karena apa yang terjadi di depan semakin sulit untuk diprediksi.

[7] berpendapat dalam bukunya bahwa perilaku inovatif sering dikaitkan dengan kreativitas. Kedua hal tersebut memang berkaitan, namun konstruk perilaku inovatif dan kreativitas memiliki berbagai perbedaan. Dampaknya ternyata telah menyentuh hampir semua bidang kehidupan, tak terkecuali sektor organisasi publik khususnya yang diterapkan oleh seorang pemimpin.

Dimensi Kualitas Layanan Jasa

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Ada lima dimensi ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu [1]:

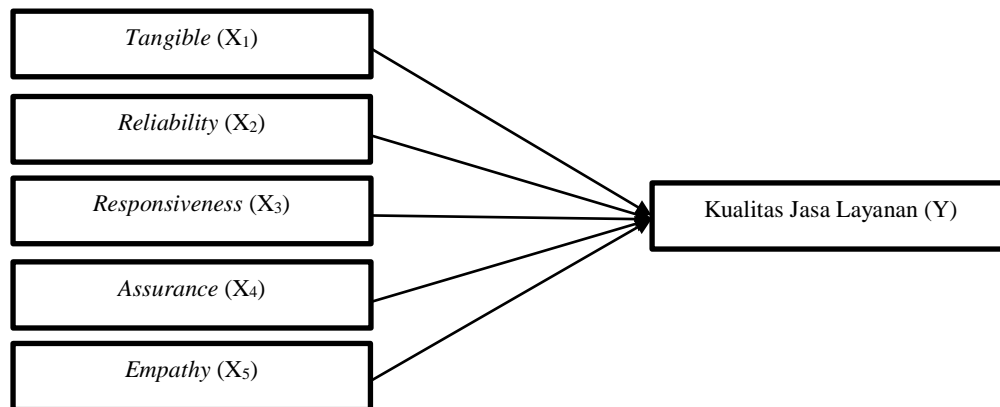
1. *Tangible* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pengguna jasa yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pengguna jasa tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurat yang tinggi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan para pegawai perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pengguna jasa dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pengguna jasa menunggu tanda adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pengguna jasa.
5. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pengguna jasa dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Hamzani Fadila, Kuldip Singhb, Corina Josephc [8] ada pengaruh antara inovasi organisasi terhadap kualitas layanan internal di lembaga publik Malaysia. Selain itu hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa jika layanan internal dilakukan secara serius dan terfokus, maka akan dapat meningkatkan layanan dengan mempersempit kesenjangan yang terjadi diantara para karyawan internal. Ziwei Caia, dan ChunyanYanga [9] menghasilkan penelitian sebagai berikut dengan menggunakan model evaluasi SERVQUAL saja, yang pertama adalah, pengembang model ini menghadapi batasan tertentu pada divisi industri jasa dan industri di mana mereka didasarkan. Yang kedua adalah, model milik penelitian sebelumnya.

Ho Thi Quynh Giangb, Mario Coolsc [10] melakukan penelitian dengan hasil bahwa hasil empiris menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diharapkan pelanggan sangat berbeda dari nilai-nilai yang dirasakan, menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas dengan kualitas layanan penyedia logistik.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah : (1) diduga ada pengaruh yang positif antara *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kualitas jasa layanan di pelabuhan. (2) diduga variabel *empathy* berpengaruh dominan terhadap kualitas jasa layanan di pelabuhan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menggunakan skala ordinal dalam pengukurannya. Skala likert digunakan dalam mengukur secara kuantitatif.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah para pengguna jasa layanan atau yang disebut juga dengan konsumen/pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan pelabuhan di Kantor Pelabuhan Brondong Lamongan Jawa Timur.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa pelayanan di pelabuhan Brondong. Pelanggan ini adalah dalam bentuk perusahaan dengan jumlah sebanyak 70 buah perusahaan sebagai responden. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 perusahaan (telah dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Bebas (X1) : *Tangible*

Tangible adalah aspek – aspek nyata yang dapat dilihat secara nyata pada Kantor Unit Penyelenggara Pelabuhan Kelas III Brondong Lamongan

2. Variabel Bebas (X2) : *Reliability*

Reliability adalah kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan service yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya kepada pengguna jasa pelayanan pelabuhan.

3. Variabel Bebas (X3) : Responsiveness

Responsiveness adalah Kerelaan untuk membantu para pengguna jasa dan memberikan service yang tepat kepada pengguna jasa pelayanan pelabuhan.

4. Variabel Bebas (X4) : Assurance

Assurance adalah pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menyampaikan keyakinan kepada para pengguna jasa sehingga para pengguna jasa merasa aman dan terjamin ketika menggunakan jasa pelayanan pelabuhan .

5. Variabel Bebas (X5) : Empathy

Empathy adalah perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada para pengguna jasa pelayanan pengukuran kapal.

6. Variabel Terikat (Y) : Kualitas jasa pelayanan

Kualitas jasa adalah aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dengan cara membandingkan persepsi para pengguna jasa atas pelayanan yang diterima oleh pengguna/konsumen/pelanggan jasa pelayanan pelabuhan

Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam dan memberikan kuesioner kepada responden. Dari kuesioner tersebut diperoleh data dalam bentuk skala ordinal (yaitu pilihan jawaban dengan menggunakan huruf a sampai dengan e). Untuk mengkuantitatifkan jawaban responden tersebut digunakan skala likert.

Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Yang mana:

Y : Kualitas Jasa Layanan

β_0 : Konstanta

β_i : Koefisien regresi

X₁ : Tangible

X₂ : Realibility

X₃ : Responsiveness

X₄ : Assurance

X₅ : Empathy

ε : Standart error

Uji hipotesis yang digunakan adalah uji F dan uji T. Selain itu untuk menguji hasil analisis regresi digunakan juga uji asumsi klasik.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui kehandalan dari kuesioner. Hasil uji reliabilitas ini tampak pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbackh's alpha	Standart Realiabel	Keterangan
1	X1	0,922	0,60	Realiabel
2	X2	0,742	0,60	Realiabel
3	X3	0,793	0,60	Realiabel
4	X4	0,759	0,60	Realiabel
5	X5	0,753	0,60	Realiabel
6	Y	0,810	0,60	Realiabel

Sumber: Lampiran 1 diolah, 2019

Dari hasil uji realibilitas didapatkan semua nilai dari hasil variabel X1,X2,X3.X4,X5 dan Y semua menghasilkan nilai Alpha cronbrach diatas 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuisisioner. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai KMO MSA akan tinggi > 0,05. Dengan *degree of freedom* (df) = n-k dengan alpha 0,05. Hasil uji validitas untuk variabel X₁ tampak pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X₁

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.793**	.783**	.760**	.926**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41
X1.2	Pearson Correlation	.793**	1	.785**	.663**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	41	41	41	41	41
X1.3	Pearson Correlation	.783**	.785**	1	.710**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	41	41	41	41	41
X1.4	Pearson Correlation	.760**	.663**	.710**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	41	41	41	41	41
X1	Pearson Correlation	.926**	.898**	.907**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41	41

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Lampiran 1 diolah, 2019

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai r tabel didapatkan nilai dari sampel (N)=41 sebesar (0,301), sehingga merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X1 yang terdiri dari X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > daripada r Tabel sebesar (0,301), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel X₂ tampak pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X₂

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.608**	.344*	.282	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.028	.074	.000
	N	41	41	41	41	41
X2.2	Pearson Correlation	.608**	1	.418**	.385*	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.013	.000
	N	41	41	41	41	41
X2.3	Pearson Correlation	.344*	.418**	1	.509**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.028	.006		.001	.000
	N	41	41	41	41	41
X2.4	Pearson Correlation	.282	.385*	.509**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.074	.013	.001		.000
	N	41	41	41	41	41
X2	Pearson Correlation	.772**	.800**	.739**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41	41

Sumber Data: Data Primer Yang Diolah (2019)

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai r tabel didapatkan nilai dari sampel (N)=41 sebesar (0,301), sehingga merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X2 yang terdiri dari X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > daripada r Tabel sebesar (0,301), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel X₃ tampak pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X₃

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.461**	.686**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000
	N	41	41	41	41
X3.2	Pearson Correlation	.461**	1	.538**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	41	41	41	41
X3.3	Pearson Correlation	.686**	.538**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	41	41	41	41
X3	Pearson Correlation	.845**	.779**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41

Sumber Data: Data Primer Yang Diolah (2019)

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil penghitungan nilai tabel didapatkan nilai dari sampel (N)=41 sebesar (0,301), sehingga merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X3 yang terdiri dari X3.1 X3.2 X3.3 semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > daripada r Tabel sebesar (0,301), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel X₄ tampak pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X₄

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.583**	.438**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000
	N	41	41	41	41
X4.2	Pearson Correlation	.583**	1	.583**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	41	41	41	41
X4.3	Pearson Correlation	.438**	.583**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000
	N	41	41	41	41
X4	Pearson Correlation	.823**	.841**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41

Sumber Data: Data Primer Yang Diolah (2019)

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai rTabel didapatkan nilai dari sampel (N)=41 sebesar (0,301), sehingga merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X4 yang terdiri dari X4.1 X4.2 X4.3 semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > daripada r Tabel sebesar (0,301), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam

penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel X₅ tampak pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel X₅

		Correlations			
		X5.1	X5.2	X5.3	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.656**	.430**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000
	N	41	41	41	41
X5.2	Pearson Correlation	.656**	1	.437**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	41	41	41	41
X5.3	Pearson Correlation	.430**	.437**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.005	.004		.000
	N	41	41	41	41
X5	Pearson Correlation	.837**	.864**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41

Sumber Data: Data Primer Yang Diolah (2019)

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai r tabel didapatkan nilai dari sampel (N)=41 sebesar (0,301), sehingga merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X₄ yang terdiri dari X_{5.1} X_{5.2} X_{5.3} semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > daripada r Tabel sebesar (0,301), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel tergantung Y tampak pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Y

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.534**	.803**	.898**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	41	41	41	41
Y.2	Pearson Correlation	.534**	1	.468**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000
	N	41	41	41	41
Y.3	Pearson Correlation	.803**	.468**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000
	N	41	41	41	41
Y	Pearson Correlation	.898**	.802**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	41	41	41	41

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber Data : Data Primer yang Diolah (2019)

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai r tabel didapatkan nilai dari sampel (N)=41 sebesar (0,301), sehingga merujuk pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel X₄ yang terdiri dari Y₁,Y₂,Y₃ semuanya menghasilkan nilai (r Hitung) > daripada r Tabel sebesar (0,301), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Analisis Regresi

Dengan menggunakan program SPSS versi 21.0, diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda yang tampak pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.788	2.418		.739	.465
1 X1	.201	.072	.394	2.810	.008
X2	.069	.168	.084	.411	.683
X3	.348	.225	.350	1.545	.131
X4	.029	.184	.030	.160	.874
X5	.160	.234	.124	.683	.499

Sumber: Lampiran 3 diolah, 2019
Variabel dependent Y

Tabel 8 menjelaskan bahwa dari hasil perhitungan analisis regresi diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = 1,79 + 0,201 X_1 + 0,069 X_2 + 0,348 X_3 + 0,029 X_4 + 0,160 X_5$$

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

1. $\beta_0 = 1,79$; artinya bahwa walaupun tanpa X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 , maka nilai dari kualitas pelayanan adalah sebesar 1,79 satuan.
2. $\beta_1 = 0,201$, artinya jika X_1 naik sebesar satu satuan, maka Y akan naik sebesar 0,201 satuan dengan syarat X_2, X_3, X_4 dan X_5 tetap.
3. $\beta_2 = 0,069$, artinya jika X_2 naik satu satuan, maka Y akan naik sebesar 0,69 satuan dengan syarat X_1, X_3, X_4 dan X_5 tetap.
4. $\beta_3 = 0,348$, artinya jika X_3 naik satu satuan, maka Y akan naik sebesar 0,348 satuan dengan syarat X_1, X_2, X_4 dan X_5 tetap.
5. $\beta_4 = 0,029$, artinya jika X_4 naik satu satuan, maka Y akan naik sebesar 0,029 satuan dengan syarat X_1, X_2, X_3 , dan X_5 tetap.
6. $\beta_5 = 0,160$, artinya jika X_5 naik satu satuan, maka Y akan naik sebesar 0,160 satuan dengan syarat X_1, X_2, X_3 , dan X_4 tetap.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squeres	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	42.693	5	8.539	7.796	.000b
Residual	38.332	35	1.095		
Total	81.024	40			

Sumber : Lampiran 2 diolah, 2019

Uji Hipotesis

Tabel 8 dan 9 juga menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan analisis regresi, akan diketahui tentang hasil uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Uji F (serempak)

Hasil uji F yang ditunjukkan pada Tabel 2 di atas, adalah nilai F hitung \geq F tabel, ($7,796 > 3,267$) atau nilai $p < 0,05$, ini berarti bahwa secara bersama-sama kelima variabel yaitu tangible, realibility, responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa layanan.

2. Uji T (partial)

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan nilai T hitung untuk kelima variabel tersebut yang memiliki nilai signifikansi tinggi adalah variabel X_1 (tangible). Ini

berarti bahwa variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Sedangkan keempat variabel yang lain (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan persamaan regresi dengan menggunakan program SPSS versi 21.0, memberikan hasil tentang koefisien determinasi seperti yang tampak pada Tabel 10 berikut:

Tabel 10. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.459	1.047

Sumber: Lampiran 2 diolah, 2019

Tabel 10 menjelaskan bahwa nilai R sebesar 0,726, ini berarti bahwa ada hubungan yang erat antar variabel bebas X dan Y. Nilai R^2 sebesar 0,527, artinya bahwa 52,70% variabel Y dijelaskan oleh variabel bebas X dan sisanya sebesar 47,30% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima variabel bebas yang digunakan (*tangible, realibility, responsiveness, assurance dam empathy*) hanya ada satu variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas jasa pelayanan pelabuhan., yaitu variabel *tangible* (X_1). Ini berarti bahwa perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya harus memperhatikan variabel tangibel sebagai faktor utama dan indikator-indikator variabel *tangible* sebagai faktor penunjang. *Tangible* adalah bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan penyedia pelayanan yang ditunjukkan kepada para pengguna/konsumen/pelanggan. Bukti fisik ini sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa pelayanan, karena bukti fisik ini sangat diperlukan oleh konsumen/pelangga/pengguna dalam menggunakan jasa pelayanan di pelabuhan. Bukti fisik ini berupa sarana dan sarana yang dimiliki oleh perusahaan penyedia jasa layanan.

Selain itu indikator penting yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan di pelabuhan adalah : (a) kebersihan lingkungan kantor /pelabuhan, (b) peralatan yang modern, (c) pegawai yang memiliki penampilan yang rapi.

Keempat variabel yang lain (*realibility, responsiveness, assurance dam empathy*) juga memiliki pengaruh terhadap kualitas jasa pelayanan tetapi tidak signifikan. Ini berarti bahwa keempat variabel tersebut juga perlu mendapatkan perhatian oleh perusahaan guna menunjang peningkatan kualitas jasa pelayanan pelabuhan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen/pelanggan/pengguna dalam menggunakan jasa pelayanan pelabuhan di Pelabuhan Brondong Lamongan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hamzani Fadila, Kuldip Singhb, Corina Josephc [8], Ziwei Caia, dan ChunyanYanga [9], dan Ho Thi Quynh Giangb, Mario Coolsc [10].

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah: 1) variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas jasa pelayanan, 2) variabel *realibility, responsiveness, assurance dan empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kualitas jasa pelayanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasil penelitian ini

sejalan dengan penelitian Hamzani Fadila, Kuldip Singhb, Corina Josephc [8], Ziwei Caia, dan ChunyanYanga [9], dan Ho Thi Quynh Giangb, Mario Coolsc [10].

Dari hasil penelitian ini disarankan bahwa perusahaan perlu meningkatkan faktor penunjang dalam perbaikan kualitas jasa pelayanan, antara lain: keandalan (stabilitas operasi organisasi dan keandalan, kemampuan untuk mencapai apa yang dijanjikan), daya tanggap (kemauan untuk membantu klien, untuk memberikan layanan dengan cara terbaik dan dalam waktu sesingkat mungkin), jaminan (pengetahuan dan kesopanan dari staf, kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan klien) dan empati (individu perhatian yang diberikan kepada klien, merawat klien dan memenuhi kebutuhan khusus).

Rekomendasi

Penelitian ini merekomendasikan :1) Manajemen perusahaan memperhatikan perkembangan dan kemajuan teknologi, 2) Manajemen perusahaan memperhatikan faktor SDM pegawai yang dimiliki, 3) Manajemen memperhatikan faktor penunjang untuk meningkatkan *performance* perusahaan dalam memberikan pelayanan baik dari sisi sarana dan prasarana, maupun dari sisi SDM.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini : 1) penelitian ini hanya dilakukan di satu pelabuhan, 2) hasil penelitian ini belum dapat mengeneralisasi hasilnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bai, B., Brewer, K. P., Sammons, G., & Swerdlow, S., " Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Internal Service Quality". *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 5(2), 37–54. https://doi.org/10.1300/j171v05n02_03, 2006
- [2] Chuang, L., Liu, C., Tsai, W., & Huang, C, "Towards an analytical framework of organizational innovation in the service industry", *African Journal of Business Management*, 4(5), 790–799, 2010.
- [3] Konings, R., Priemus, H., Nijkamp, P., Wiegmans, B., Nijkamp, P., & Rietveld, P, " Container Terminal Handling Quality". In *The Future of Intermodal Freight Transport*. <https://doi.org/10.4337/9781848441392.00012>, 2010.
- [4] Gnaneswaran, V., Pujari, P. S., & Bishu, R. R, "Evaluating Website Quality Using E-Service Quality Dimensions". *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 52(16), 1117–1121. <https://doi.org/10.1177/154193120805201604>, 2012.
- [5] Gulc, A, "Models and Methods of Measuring the Quality of Logistic Service". *Procedia Engineering*, 182, 255–264. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.187>, 2017.
- [6] Hemalatha, S., Dumpala, L., & Balakrishna, B, "Service quality evaluation and ranking of container terminal operators through hybrid multi-criteria decision making methods". *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 34(2), 137–144. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2018.06.010>, 2018.
- [7] Noer Ikhsan, F. P, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelabuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pelabuhan Indonesia II ", 2017.
- [8] Fadila, H., Singh, K., & Joseph, C, "The Influence of Organizational Innovation towards Internal Service Quality in MBKS". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 317–324. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.491>, 2016.
- [9] Cai, Z., & Yang, C, "Research on the Extension Evaluation Model and Strategy Generation Method of Enterprise Service Quality". *Procedia Computer Science*, 139, 381–391. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.276>, 2018.

- [10] Limbourg, S., Giang, H. T. Q., & Cools, M, "Logistics service quality: The case of da Nang City". *Procedia Engineering*, 142, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.02.022>, 2018.
- [11] Pabedinskaitė, A., & Akstinaitė, V, "Evaluation of the Airport Service Quality". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 398–409. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.884>, 2014.
- [12] Sricharoenpramong, S, "Service quality improvement of ground staff at Don Mueang International Airport". *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1), 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.12.001>, 2018.
- [13] Stepaniuk, K, "Quality of Accommodation Services - The Memetic Approach". *Procedia Engineering*, 182, 673–678. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.178>, 2017.
- [14] Tohidi, H., & Jabbari, M. M, "Service quality evaluating models". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 31, 861–865. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.12.157>, 2012.
- [15] Tsai, Y., & Wu, S. W. S. "Internal marketing, organizational commitment and service quality". *Proceedings - ICSSSM'06: 2006 International Conference on Service Systems and Service Management*, 2, 1292–1298. <https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2006.320695>, 2007.
- [16] Zemblytė, J. "The Instrument for Evaluating E-Service Quality". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 801–806. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.478>, 2015.