

# **PENGARUH *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* DAN IKLIM ORGANISASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi pada persepsi pengemudi PT Citra Perdana Kendedes, Malang)**

**Tri Solichach Yuni Mawarsih**

**Heru Susilo**

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

*Email: tsolichach@gmail.com*

## **ABSTRACT**

*In the background of this research, the researcher describe how the elements of human resources in a service company, which are OCB and organizational climate, can give influence to customer's assessment about service quality and satisfaction felt by customer. This study aims to describe and explain about the effect of OCB and organizational climate on service quality and customer satisfaction. This study also aims to analyze and explain the significant influence of OCB on service quality, organizational climate on service quality, OCB on customer satisfaction, organizational climate on customer satisfaction and service quality on customer satisfaction. The type of research used in this study is explanatory research. The number of samples used in this study collected by taxi drivers. The sample of Citra Taxi drivers amounted to 78 people. The sampling technique used in this research is stratified sampling. The analysis used in this research are descriptive analysis and inferential analysis that use path analysis.*

**Keywords:** *Organizational Citizenship Behavior, Organizational Climate, Service Quality, Customer Satisfaction.*

## **ABSTRAK**

Latar belakang penelitian ini adalah bagaimana unsur sumber daya manusia dalam suatu perusahaan jasa yaitu OCB dan iklim organisasi dapat memberikan pengaruh pada penilaian pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan menjelaskan pengaruh OCB dan iklim organisasi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan OCB terhadap kualitas pelayanan, iklim organisasi terhadap kualitas pelayanan, OCB terhadap kepuasan pelanggan, iklim organisasi terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari pengemudi Taksi Citra. Sampel untuk pengemudi Taksi Citra berjumlah 78 orang. Teknik sampel yang digunakan untuk pengemudi adalah *stratified sampling* menggunakan rumus yang dikemukakan Slovin. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial yang dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

**Kata Kunci:** *Organizational Citizenship Behavior, Iklim Organisasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.*

## PENDAHULUAN

Transportasi merupakan alat bantu yang digunakan oleh manusia untuk berpindah dari tempat satu ke tempat lain. Transportasi umum berupa taksi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat terutama digunakan untuk berpergian di Kota Malang dan Batu. Kualitas pelayanan pada perusahaan taksi lebih mudah terlihat oleh pelanggan karena pengemudi taksi akan menghadapi dan menyampaikan layanan pada pelanggannya secara langsung. Sistem kerja yang mengharuskan pengemudi taksi harus terpisah dari pihak perusahaan yang dapat memperlonggar pengawasan pihak perusahaan atas kualitas pelayanan. Longgarnya pengawasan pihak perusahaan akan memperbesar kemungkinan dominasi sikap atau perilaku pengemudi dalam memberikan layanan pada pelanggan.

PT Citra Perdana Kendedes merupakan salah satu perusahaan taksi yang ada di Kota Malang. PT Citra Perdana Kendedes merupakan perusahaan dengan jumlah armada terbanyak dibandingkan dengan armada perusahaan taksi lain. Jumlah pengemudi yang mencapai 341 orang dan armada taksi terbanyak membuat taksi citra dapat mencakup lebih banyak pasar. Melakukan kerjasama dengan Indosat Ooredoo membuat PT Citra Perdana Kendedes dapat meluncurkan aplikasi online untuk taksi sehingga dapat mempermudah pelanggan untuk mengakses layanan Taksi Citra.

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian terdahulu sebagian besar menguji hubungan antar variabel secara parsial. Misalnya, penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hanya meneliti pengaruh indikator antar variabel namun tidak meneliti apakah indikator variabel tersebut berasal dari diri karyawannya atau dibuat oleh perusahaan. Penelitian-penelitian terdahulu juga tidak meneliti adakah variabel yang memperkuat atau memperlemah variabel terikat juga tidak meneliti variabel antara yang menghubungkan seluruh variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini diharapkan dapat menutupi gap atas penelitian terdahulu.

Menurut penjelasan yang telah dijabarkan dan kualifikasi PT Citra Perdana Kendedes, peneliti tertarik untuk mengetahui mengetahui bagaimanakah pengaruh *Organization Citizenship Behavior* dan iklim organisasi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang didasarkan pada persepsi pengemudi Taksi Citra, Malang.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Organizational Citizenship Behavior*

Menurut *Organ Et al* (dalam Titisari, 2014:7) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi OCB yang di antaranya adalah:

- 1) *Altruism* merupakan sifat di mana seorang karyawan bersedia untuk menolong rekan kerjanya maupun lingkungan sekitar yang membutuhkan bantuannya secara tulus.
- 2) *Civic Virtue* merupakan sikap yang mengindikasikan tanggung jawab pada kehidupan organisasi di mana karyawan akan mengikuti perubahan dalam organisasi dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan organisasinya.
- 3) *Conscientiousness* adalah perilaku yang ditunjukkan dengan berusaha melebihi apa yang diharapkan oleh perusahaan. Perilaku ini dilakukan secara sukarela karena kesadaran karyawan.
- 4) *Courtesy*  
Menjaga hubungan baik dengan rekan kerja agar terhindar dari masalah *intertersional*. Di sini, karyawan akan saling menghargai satu sama lain, menghormati setiap hak dan kewajiban karyawan lain.
- 5) *Sportmanship*  
Perilaku yang menoleransi keadaan yang kurang ideal dalam organisasi tanpa mengajukan keberatan-keberatan yang berlebihan. Tingginya *sportmanship* akan mendukung terciptanya iklim yang damai dan menyenangkan.

### Iklim Organisasi

Indikator iklim organisasi dibuat berdasarkan dimensi-dimensi iklim organisasi menurut Davis dan Newstrom, yaitu:

- 1) Kualitas kepemimpinan : sikap atasan atau pimpinan dalam memperlakukan karyawan atau bawahannya.
- 2) Kepercayaan : keyakinan individu atas karakter dan kemampuan rekan-rekan kerjanya.
- 3) Komunikasi : penyampaian informasi yang menuju ke arah efektivitas komunikasi.
- 4) Perasaan melakukan pekerjaan yang bermanfaat : pekerjaan yang dilakukan memiliki kontribusi terhadap tujuan organisasi dan dirinya sendiri.
- 5) Tanggung jawab : kepercayaan dari atasan bahwa karyawan mampu menjalani tugas dan perasaan karyawan memiliki wewenang atas tugas yang diberikan kepadanya.
- 6) Imbalan yang adil : adanya kesesuaian dan keobjektifan dalam pemberian penghargaan dan hukuman atas pekerjaan yang dilakukan karyawan.

- 7) Tekanan pekerjaan : berhubungan dengan perasaan terhadap beban dan tekanan kerja serta tantangan kerja yang dialami karyawan.
- 8) Kesempatan : peluang bagi karyawan untuk maju dan lebih baik serta peluang untuk mencapai posisi atau jabatan yang lebih tinggi.
- 9) Pengendalian terhadap perilaku : pengarahan dan pengawasan perilaku karyawan oleh atasan atau pimpinan.
- 10) Struktur dan birokrasi : jumlah peraturan, prosedur, dan batasan kerja serta atmosfer kerja yang dirasakan karyawan.
- 11) Partisipasi karyawan : keikutsertaan karyawan dalam kegiatan-kegiatan di perusahaan.

### Kualitas Pelayanan

Zeithaml (dalam Tjiptono dan Candra, 2011:273) menunjukkan suatu alat ukur kualitas pelayanan yang disebut dengan SERVQUAL (*Service Quality*), yakni merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan. SERVQUAL ini meliputi lima dimensi menutup lima *gap* yang terjadi pada proses manajemen kualitas pelayanan, di antaranya adalah:

- 1) *Tangible* (bukti langsung)
- 2) *Reliability* (keandalan)
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap)
- 4) *Assurance* (Jaminan)
- 5) *Empathy* (empati),

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2001), secara umum terdapat lima faktor utama yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan perspektif pelanggan di antaranya adalah:

- 1) Kualitas produk (Jasa)  
Hasil evaluasi pelanggan tentang kualitas jasa yang dijual pada pelanggan. Secara rasional, kualitas yang konsisten baik bahkan meningkat akan menjadi suatu nilai yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 2) Kualitas Pelayanan  
Pelayanan yang tepat dan sesuai akan membuat pelanggan merasa puas, pelayanan di sini dapat diartikan sebagai layanan perusahaan sebagai pelengkap produk, jadi apabila produknya adalah jasa, maka kualitas pelayanan yang dimaksud di sini dapat diartikan sebagai pelayanan perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan.
- 3) Emosional  
Adalah persepsi irasional yang sebagian besar dipengaruhi oleh reputasi perusahaan, reputasi merk dan sebagainya yang memberikan jaminan psikologis bagi pelanggan, sehingga hanya

dengan menggunakan merk dari perusahaan tersebut pelanggan sudah merasa puas.

- 4) Harga  
Harga menunjukkan kualitas. Persepsi ini apabila dibantahkan dengan pemberian kualitas yang setara dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan perusahaan sejenis akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 5) Biaya tambahan  
Pemberian biaya tambahan walaupun dalam nominal yang kecil akan mengurangi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan akan lebih baik jika tidak memberlakukan biaya tambahan pada produk atau jasa yang dijual.

### Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat Kotler (2006:272). Menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Menurut Juwandi (2004:37) dalam menentukan kepuasan konsumen terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan, salah satunya ialah kualitas produk. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nisfiana (2009) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perusahaan memberikan penawaran produk yang berkualitas terbaik untuk menciptakan kepuasan konsumen di dalam pasar. Konsumen yang merasakan hasil dari produk yang berkualitas akan merasa puas dan akan memberikan kesan tersendiri didalam benak konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

### Hipotesis

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan terhadap kualitas pelayanan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim organisasi terhadap kualitas pelayanan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan terhadap kepuasan

pelanggan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang.

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim organisasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang.
6. Terdapat pengaruh antara *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) melalui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang.
7. Terdapat pengaruh antara iklim organisasi melalui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Citra Perdana Kendedes Malang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini ditujukan kepada Pengemudi Taksi Citra yang merupakan bentuk layanan dari PT Citra Perdana Kendedes Malang, Jawa Timur. Perusahaan ini berlokasi di jalan Bunga Merak, No. 2 Malang, Jawa Timur. Didapat sampel 78 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis jalur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1 Hasil Pengujian *Organizational Citizenship Behavior* (X1) dan Iklim Organisasi (X2) terhadap Kualitas Pelayanan (Z).**

| Variabel                           | Beta  | t Hitung | Probabilitas (Sig.) | Ket  |
|------------------------------------|-------|----------|---------------------|------|
| OCB (X <sub>1</sub> )              | 0,375 | 4,179    | 0,000               | Sig  |
| Iklim Organisasi (X <sub>2</sub> ) | 0,559 | 6,229    | 0,000               | Sig\ |
| t tabel = 1,992                    |       |          |                     |      |
| R = 0,889                          |       |          |                     |      |
| R Square = 0,791                   |       |          |                     |      |
| Adjusted R Square = 0,785          |       |          |                     |      |
| Z : Kualitas Pelayanan             |       |          |                     |      |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data yang telah disajikan diketahui *R square* ketiga variabel ini (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Z) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,791 yang berarti bahwa pengaruh atas ketiga variabel terhadap variabel Y adalah sebesar 79,1% dan sisanya 20,9% merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- a) *Organizational Citizenship Behavior* (X<sub>1</sub>) terhadap Kualitas Pelayanan (Z).

*Output SPSS 23 for windows* pada tabel *coefficients* menunjukkan nilai signifikansi (*sig*) sebesar 0,000. Hasil perhitungan tersebut lebih rendah dari pada nilai *alpha* 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara OCB terhadap Kualitas Pelayanan. Nilai pengaruh yang diberikan OCB terhadap Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,375 yang ditunjukkan dari nilai *standardized coefficient beta*.

- b) Iklim Organisasi (X<sub>2</sub>) terhadap Kualitas Pelayanan (Z)

Nilai *Output SPSS 23 for windows* pada tabel *coefficients* menunjukkan nilai signifikansi (*sig*) sebesar 0,000. Hasil perhitungan tersebut lebih rendah dari pada nilai *alpha* 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara OCB terhadap Kualitas Pelayanan. Nilai pengaruh yang diberikan OCB terhadap Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,559 yang ditunjukkan dari nilai *standardized coefficient beta*.

**Tabel 2 Hasil Pengujian *Organizational Citizenship Behavior* (X1), Iklim Organisasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

| Variabel                           | Beta  | t Hitung | Probabilitas (Sig.) | Ket |
|------------------------------------|-------|----------|---------------------|-----|
| OCB (X <sub>1</sub> )              | 0,324 | 3,308    | 0,001               | Sig |
| Iklim Organisasi (X <sub>2</sub> ) | 0,246 | 2,264    | 0,027               | Sig |
| Kualitas Pelayanan (Z)             | 0,377 | 3,318    | 0,001               | Sig |
| t tabel = 1,992                    |       |          |                     |     |
| R = 0,894                          |       |          |                     |     |
| R Square = 0,800                   |       |          |                     |     |
| Adjusted R Square = 0,792          |       |          |                     |     |
| Y : Kepuasan Pelanggan             |       |          |                     |     |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data yang telah disajikan diketahui *R square* ketiga variabel ini (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Z) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,800 yang berarti bahwa pengaruh atas ketiga variabel terhadap variabel Y adalah sebesar 80% dan sisanya 20% merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- c) *Organizational Citizenship Behavior* ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan sudut pandang pengemudi, variabel OCB ( $X_1$ ) memiliki hubungan langsung yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dibuktikan dengan nilai signifikansi (*sig*) sebesar 0,001 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05 ( $sig < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel OCB memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh yang dimiliki adalah sebesar 0,324 yang ditunjukkan dari nilai *standardized coefficient beta*.
- d) Iklim Organisasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan data yang telah disajikan, hasil output SPSS 23 for Windows tersebut menunjukkan bahwa nilai *sig* untuk variabel Iklim Organisasi ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,027 dan lebih kecil dari 0,05 ( $sig < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Iklim Organisasi terhadap Kepuasan Pelanggan tersebut memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan dengan nilai pengaruh *standardized coefficients beta* sebesar 0,246.
- e) Kualitas Pelayanan (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Data yang telah disajikan di atas menunjukkan bahwa nilai *sig* yang terdapat pada tabel *coefficients* pada output SPSS 23 for windows menunjukkan angka 0,001 untuk variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang mana nilai tersebut lebih kecil dari pada 0,05 ( $sig < 0,05$ ) yang berarti bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan dan antara Kualitas Pelayanan (Z) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai pengaruh yang tercantum pada *standardized coefficient beta* sebesar 0,377.

### Analisis Deskriptif atas Persepsi Pelanggan

#### 1) OCB

Variabel *Organizational Citizenship Behavior* yang diteliti dalam penelitian ini memiliki 15 (lima belas) item pertanyaan yang meliputi lima indikator yaitu *conscientiousness*, *altruism*, *sportmanship*, *courtesy*, dan *civic virtue*. Variabel OCB ini mendapatkan *grand mean* sebesar 3,55 dari jawaban pelanggan. Perolehan nilai tersebut masuk dalam kategori baik, sehingga dalam sudut pandang pelanggan, OCB yang dimiliki oleh Taksi Citra adalah baik.

#### 2) Iklim Organisasi

Variabel iklim organisasi yang diteliti dalam penelitian ini memiliki 12 (dua belas) item pertanyaan yang meliputi lima indikator yaitu *team spirit*, *responsibility*, *SOP*, *reward*, *warmth*, dan *support*. Variabel iklim organisasi ini mendapatkan *grand mean* sebesar 3,76 dari jawaban pelanggan. Perolehan nilai tersebut masuk dalam kategori baik, sehingga dalam sudut pandang pelanggan, iklim organisasi yang dimiliki oleh Taksi Citra adalah baik.

#### 3) Kualitas Pelayanan

Variabel iklim organisasi yang diteliti dalam penelitian ini memiliki 15 (lima belas) item pertanyaan yang meliputi lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Variabel kualitas pelayanan ini mendapatkan *grand mean* sebesar 3,59 dari jawaban pelanggan. Perolehan nilai tersebut masuk dalam kategori baik, sehingga dalam sudut pandang pelanggan, kecenderungan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Taksi Citra adalah baik.

#### 4) Kepuasan Pelanggan

Variabel iklim organisasi yang diteliti dalam penelitian ini memiliki 4 (empat) item pertanyaan yang meliputi lima dimensi yaitu kualitas jasa, kualitas pelayanan, kesesuaian tarif, dan jaminan mutu pelayanan. Variabel kepuasan pelanggan ini mendapatkan *grand mean* sebesar 3,56 dari jawaban pelanggan. Perolehan nilai tersebut masuk dalam kategori baik walaupun hanya berada sedikit di atas batas bawah kelas, sehingga dalam sudut pandang pelanggan, kecenderungan kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh Taksi Citra adalah baik. Berikut perbedaan *mean* total keseluruhan variabel yang disajikan dalam dua sudut pandang:

### Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) karyawan dengan Kualitas Pelayanan.

Nilai signifikan (*sig*) sebesar 0,000 nilai tersebut lebih rendah dari pada nilai *alpha* 0,05 ( $0,000 > 0,05$ ). Nilai *standardized coefficient beta* menunjukkan pengaruh OCB terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 0,375 dan *t<sub>hitung</sub>* sebesar 4,179. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima yaitu terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel OCB terhadap variabel Kualitas Pelayanan. Berdasarkan sudut pandang pengemudi, jawaban pengemudi atas kualitas OCB yang dimilikinya memiliki konsistensi yang cukup untuk memberikan pengaruh terhadap Kualitas

Pelayanan. Hasil ini ternyata memiliki konsistensi hasil pengujian dengan hasil pengujian berdasarkan sudut pandang pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa OCB memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori yang dijelaskan oleh Titisari yaitu :

Penerapan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) akan membuat informasi dari mulut kemulut akan menjadi dasar atau tolak ukur harapan pelanggan. Harapan pelanggan akan didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut kemulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, dan komunikasi internal serta eksternal.

Teori yang dikemukakan menunjukkan hasil yang tidak langsung dengan variabel yang tidak dibahas di penelitian ini yaitu *word of mouth* namun berdasarkan penelitian yang dilakukan ternyata juga terdapat pengaruh langsung antara OCB dengan kualitas pelayanan atau harapan pelanggan. Selain itu, menurut hasil penelitian terdahulu (Siregar, 2010) dengan judul pengaruh *organizational citizenship behavior* terhadap *service quality* yang menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara OCB dengan *service quality*. Berdasarkan sudut pandang yang sama yakni pegawai atau karyawan, dapat ditunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut masih relevan untuk diterapkan saat ini dan khususnya pada perusahaan jasa transportasi.

### **Pengaruh Iklim Organisasi dengan Kualitas Pelayanan**

Nilai Signifikansi sebesar 0,000 hasil ini lebih besar dari pada nilai *alpha* (0,05). Pengaruh yang diberikan oleh iklim organisasi terhadap kualitas pelayanan adalah 0,559 yang dapat dilihat dari nilai *standardized coefficient beta* dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,229. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga iklim organisasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal tersebut selaras dengan penelitian terdahulu dengan sudut pandang yang sama yaitu pihak perusahaan yang dalam penelitian ini adalah pengemudi. Pengaruh ini terjadi dikarenakan skor jawaban kuesioner pengemudi dalam variabel Iklim Organisasi selaras dengan skor jawaban pengemudi pada variabel Kualitas Pelayanan. Konsistensi tersebut mengakibatkan pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan masih adanya keselarasan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu (Mulyana, 2005) yang

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara iklim organisasi terhadap kualitas pelayanan dan masih relevan saat diuji pada penelitian pada perusahaan jasa transportasi. Selain itu, hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa iklim organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan (penelitian oleh Didik Agung Mulyana 2005). Penelitian yang dilakukan oleh Yoon & Suh (2003) dalam jurnal Willyanto & Hartawan (2010) menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara OCB dengan kualitas layanan dengan nilai *mean* 4,2 yang masuk dalam kategori yang cukup baik.

### **Organizational Citizenship Behavior (OCB) karyawan dengan kepuasan pelanggan.**

Nilai signifikansi (*sig*) sebesar 0,001 pada tabel *coefficients*. Nilai tersebut lebih kecil dari pada nilai *alpha* yaitu 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) dengan nilai *Standardized coefficient beta* sebesar 0,324 dengan nilai  $t_{hitung}$  3,308. Pernyataan tersebut mengakibatkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara OCB dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis statistika hal tersebut disebabkan oleh skor jawaban kuesioner pengemudi menunjukkan kenaikan yang konsisten terhadap kualitas pelayanan sehingga menunjukkan hasil signifikansi antara kedua variabel tersebut.

Berdasarkan sudut pandang jawaban pengemudi Taksi Citra, pengemudi mengungkapkan bahwa pengemudi telah memberikan perilaku yang baik dan telah melakukan yang terbaik untuk pelanggan sehingga pengemudi percaya bahwa kepuasan pelanggan juga akan menjadi baik. Berdasarkan masukan dari beberapa responden saat diadakannya peneliti mengungkapkan bahwa pelanggan terlihat seperti puas dan pengemudi juga jarang mendapatkan keluhan, sehingga ungkapan ini juga diterapkan oleh pengemudi dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner.

### **Pengaruh iklim organisasi dengan kepuasan pelanggan**

Hasil *output* SPSS 23 for Windows yang pada tabel *coefficient* yang menunjukkan signifikansi (*sig*) sebesar 0,027. Nilai tersebut lebih kecil dari pada nilai *alpha* 0,05 ( $0,027 < 0,05$ ) dengan nilai pengaruh *standardized coefficient beta* sebesar 0,246 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,264. Hal ini menyebabkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara iklim organisasi dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan sudut pandang ini

pengemudi lebih mengetahui bagaimanakah iklim organisasi yang dirasakan karena pengemudi adalah pihak yang memungkinkan untuk merasakan bagaimanakah iklim organisasi dalam perusahaan. Pengemudi yang merasakan iklim dalam organisasi menjawab pertanyaan berdasarkan apa yang dirasakan. Jawaban pelanggan pada item pertanyaan variabel ini memiliki keselarasan dengan jawaban pelanggan pada variabel kepuasan pelanggan sehingga hasil analisis statistik menunjukkan pengaruh yang signifikan atas kedua variabel tersebut.

### **Pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.**

Nilai sebesar signifikansi (*sig*) 0,001 untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,318 dan *standardized coefficients beta* sebesar 0,377. Hal ini menyebabkan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh langsung dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai signifikansi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan selaras dengan penelitian sebelumnya yang menguji kedua variabel ini.

Hasil tersebut selaras dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler 1997:49 dalam Titisari 2014:86). Selain teori tersebut, hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian terdahulu oleh Aryani dan Rosinta (2010), juga Ida Manullang (2008) yang menunjukkan hasil yang konsisten bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### **Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) melalui Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengaruh langsung  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah 0,209 sedangkan pengaruh tidak langsung  $X_1$  melalui  $Z$  terhadap  $Y$  adalah hasil kali nilai beta  $X_1$  terhadap  $Z$  dengan  $Z$  terhadap  $Y$  yaitu  $0,375 \times 0,377 = 0,141375$ , sedangkan pengaruh total  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yaitu  $0,209 + 0,1414 = 0,350375$ , sehingga dapat diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 0,209 adalah lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung sebesar 0,141375. Hasil tersebut menyebabkan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan OCB melalui kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa benar terdapat pengaruh tidak langsung antara OCB terhadap kepuasan pelanggan meskipun pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hal ini terjadi dikarenakan nilai yang didapatkan dalam variabel OCB memiliki kenaikan maupun penurunan yang selaras dengan variabel kualitas pelayanan maupun variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung, OCB memiliki pengaruh langsung yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsungnya. Hal ini dikarenakan pelanggan akan lebih dapat menilai tingkatan OCB pengemudi secara langsung dibandingkan dengan memadukannya dengan kualitas pelayanan secara menyeluruh. Variabel kualitas pelayanan yang melibatkan banyak faktor seperti faktor fisik dan nonfisik mengakibatkan nilai pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini menjadi faktor yang mengurangi besarnya pengaruh OCB terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh iklim organisasi melalui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.**

Pengaruh langsung  $X_2$  terhadap  $Y$  adalah 0,246, sedangkan pengaruh tidak langsung  $X_2$  melalui  $Z$  terhadap  $Y$  adalah hasil kali nilai beta  $X_2$  terhadap  $Z$  dengan  $Z$  terhadap  $Y$  yaitu  $0,246 \times 0,377 = 0,092742$ , sedangkan pengaruh total  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yaitu  $0,246 + 0,092742 = 0,338742$ , sehingga dapat diketahui bahwa pengaruh langsung sebesar 0,246 adalah lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung sebesar 0,092742. Dengan demikian,  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan iklim organisasi melalui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa benar jika iklim organisasi memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan yaitu melalui kualitas pelayanan meskipun pengaruh langsung iklim organisasi lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung yang melalui kualitas pelayanan.

Iklim organisasi yang dirasakan oleh pengemudi diterapkan pengemudi dalam jawaban kuesioner ini memiliki pengaruh langsung yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsungnya dikarenakan pengemudi beranggapan bahwa dengan tingginya kenyamanan lingkungan organisasi yang dirasakan akan membuat pengemudi akan memberikan kepuasan pelanggan lebih baik. Misalnya tanggung jawab pengemudi pada pelanggan dan

semangat kerja yang ditunjukkan pada pelanggan akan lebih terlihat dibandingkan dengan harus memadukannya dengan indikator-indikator kualitas pelayanan yang meliputi banyak hal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis deskriptif, dalam persepsi pengemudi Taksi Citra, rata-rata skor *grand mean* untuk seluruh variabel yaitu OCB, iklim organisasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ada pada kategori baik. Berdasarkan persepsi pengemudi *grand mean* tertinggi adalah variabel iklim organisasi dan kepuasan pelanggan, sehingga menurut pengemudi Taksi Citra memiliki kelebihan pada aspek tersebut. Kelemahan Taksi Citra berdasarkan persepsi pengemudi ditunjukkan oleh skor terendah yang ada pada variabel *organizational citizenship behavior*.
2. Analisis inferensial yang didasarkan pada persepsi pengemudi menunjukkan bahwa OCB memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Iklim organisasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. OCB memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Iklim organisasi memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Saran

1. Bagi PT Citra Perdana Kendedes

Berdasarkan jawaban pengemudi item pertanyaan pada variabel OCB sebagai variabel dengan skor *grand mean* terendah, terdapat item dengan skor terendah yang membuktikan bahwa kelemahan pengemudi yaitu tentang kesadaran memberikan layanan prima meskipun jauh dari pengawasan. Saat pengemudi telah menyadari bahwa dirinya memiliki OCB yang cukup rendah dibandingkan dengan variabel lain, perusahaan seharusnya lekas melakukan upaya peningkatan. Cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan berbagai aspek tersebut adalah dengan memberikan metode pelatihan baik secara spiritual maupun teknis yang berguna untuk meningkatkan kesadaran atas aspek yang telah disebutkan.

Jawaban pengemudi pada Iklim Organisasi menunjukkan beberapa item pertanyaan dengan skor terendah dibandingkan dengan item pertanyaan lain pada variabel ini, di antaranya adalah pihak perusahaan memberikan arahan yang baik bagi pengemudi untuk menghadapi resiko pekerjaan dan kesesuaian penghargaan yang diberikan oleh pihak perusahaan pada pengemudi. Berdasarkan data tersebut seharusnya pihak perusahaan lebih meningkatkan frekuensi komunikasi dan pertemuan antara pengemudi dengan pihak perusahaan. Selain itu perusahaan perlu menimbang tentang keputusan peningkatan *reward* untuk mendukung kinerja pelayanan pengemudi.

Variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa terdapat item dengan skor terendah dibandingkan dengan item pertanyaan lainnya pada variabel ini. Item terendah adalah tentang kecepatan dan ketepatan pihak perusahaan dalam menangani keluhan. Berdasarkan data tersebut sebaiknya perusahaan meningkatkan pelayanan dalam penanganan keluhan pelanggan. Sehingga dapat memperkecil kemungkinan ketidakpuasan pelanggan.

Variabel terakhir yaitu kepuasan pelanggan menurut pengemudi memiliki item dengan skor terendah adalah tentang kualitas jasa taksi citra yang meliputi kendaraan dan penampilan pengemudi. Sehingga saran yang dapat diberikan oleh pengemudi adalah dengan peningkatan frekuensi pemeriksaan dan perbaikan armada, bukan hanya perbaikan mesin namun juga interior unit.

2. Bagi Pihak Lain

Pihak lain yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti selanjutnya dan masyarakat pada khususnya agar dapat menjadikan bahan referensi dan pengembangan penelitian. Penambahan variabel atau perbaikan item akan sangat berguna bagi perbaikan dan kesempurnaan penelitian di bidang ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Davis, K., & Newstrom. 1994. *Perilaku Dalam Organisasi*. Alih Bahasa: Agus Dharma. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Gilmer, H. B. 1975. *Applied Psychology. Second Edition*. New York: McGraw Hill.

- Hasan, M Iqbal, 2002, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*, Jakarta : Grasindo
- Ivancevich *et al.* 2006. *Organization Behavior*. Mc. Graw Hill
- Ivancevich *et al.* 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1989. *Principle of Marketing*. London : Prentice Hall International
- Kwan, Men Yon. 2006. *Researce Mothod For Business*. Penerjemah Sekaran Uma, buku 1. edisi 4, Jakarta Salemba Empat
- Manullang, I. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*. Tesis pada Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara. Medan : Tidak diterbitkan
- Mas'ud, Ibnu. 2001. *Fisiologi : Persepsi Kerja Otak Manusia*. Universitas Brawijaya : Malang
- Masyuri dan Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian : Pendekatan dan Aplikatif*. Bandung : Refika Aditama
- Mulyana, D.A. 2005. *Studi Tentang Kemampuan Kerja, Iklim Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Semarang*. Tesis Pada Magister Ilmu Administrasi Universitas Diponegoro. Semarang : Tidak diterbitkan
- Nishii, L.H., Lepak, P.D., Schneider, B. (2008), *Employee Atributions about HR Practices Lead to Cuatomer Satisfaction*. Personnel psychology. Vol.61,pp.503-545
- Siregar, A D. 2010. *Pengaruh Organizational Citizenship Behavior terhadap Service Quality*. Skripsi pada FE Universitas Admajaya Yogyakarta. Yohjakarta : tidak diterbitkan
- Steers, Richard, 1985. *Efeklivitas Organisasi : Kaidah Perilaku*. Surabaya Penerbit Airlangga.
- Titisari, P. 2014. *Peranan Organizational Citizenship Behavior (OCB) dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jember : Mitra Wacana Media
- Tjiptono, F dan Gregorius Candra. 2011. *Service, quality and satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Umar, Husein. 2008. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Gramedia
- Wall, E. A. And Berry, L.L. 2007. *The Combined Effects of the Physical Environment and Employee Behavior on Customer Perception of Restaurant Service Quality*. Cornel University. Volume 48, Issue 1 59-69
- Willyanto, M Y dan Hartawan, P C. *Organization Citizenship Behavior yang Berpengaruh pada Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen di Hotel JW Marriot Surabaya*. Universitas Kristen Petra. Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen hlm 305-320.