



FAKTOR – FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI ERA NEW-NORMAL

Sahnaz Sea Fishabil^{1*}, Unggul Purwohedi², Tri Hesty Utaminingtyas³

¹²³Universitas Negeri Jakarta

*Corresponding Author (sahnazsf@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengendalian internal, *total quality management*, kinerja *partner*, dan citra perusahaan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*. Penelitian ini menggunakan data primer menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah pengguna aplikasi transportasi dan layanan antar barang *online* di daerah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni regresi linear berganda dan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*. *Total quality management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*. Kinerja *partner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*.

Kata Kunci: Pengendalian Internal, *Total Quality Management*, Kinerja Partner, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of internal control, total quality management, partner performance, and company image on service quality in the new normal era. The population of this study are users of transportation applications and online goods delivery services in DKI Jakarta. The sampling technique used is probability sampling with simple random sampling method. The sample used is 100 respondents. The research method used is multiple linear regression and the SPSS 25 program. The results show that internal control has positive and significant effect on service quality in the new normal era. Total quality management has positive and significant effect on service quality in the new normal era. Partner performance has positive and significant effect on service quality in the new normal era. Company image has positive and significant effect on service quality in the new normal era.

Keywords: *Internal Control, Total Quality Management, Partner Performance, Company Image, Service Quality*

How to Cite:

Fishabil, S. S., Purwohedi, U., Utaminingtyas, T. H., (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan di Era *New-Normal*. Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing, Vol. 2, No. 3, hal 679-694. <https://doi.org/xx.xxxx/JAPA/xxxxx>.

PENDAHULUAN

Perubahan tatanan gaya hidup akibat adanya pandemic Covid-19 memperkenalkan masyarakat pada bentuk gaya hidup baru yang dikenal dengan istilah *new normal*. *new normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan ditambah menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19. Pada masa *new normal* ini perhatian terhadap kepuasan konsumen menjadi semakin besar khususnya dalam bisnis transportasi dan layanan antar barang/jasa berbasis online, sebab pada masa *new normal* masyarakat lebih banyak melirik layanan ini untuk meminimalisasi kegiatan masyarakat diluar rumah. Hal ini menyebabkan persaingan dalam pemenuhan kebutuhan tersebut menjadi semakin ketat, banyak produsen yang berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dalam masa *new normal*, dengan menawarkan pelayanan dengan transaksi yang dapat dilakukan 24 jam tanpa harus keluar rumah.

Selain itu terdapat kebijakan-kebijakan baru yang dibuat untuk mendukung pencegahan penyebaran virus covid-19 dalam menjalankan berbagai aktivitas, hal tersebut dapat menjadi dasar dari penyebab perubahan standar kualitas pelayanan pada sektor bisnis transportasi dan layanan antar barang/jasa online. Ini juga membuktikan bahwa konsumen pada era ini lebih memprioritaskan layanan jasa pada fungsi dan kualitas dalam memenuhi kebutuhannya, dimana dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek utama yang diperhatikan para konsumen dalam memilih layanan yang akan digunakan di era *new normal*. Maka dari itu kualitas pelayanan menjadi salah satu komponen yang diperhatikan dalam meningkatkan keunggulan bersaing di era *new normal*.

Keunggulan bersaing itu sendiri merupakan kemampuan meraih perhatian yang lebih besar dari pihak pesaing yang mengelola kegiatan bisnis sejenis, sedangkan kualitas layanan merupakan strategi yang mendasar bagi perusahaan untuk sukses dan bertahan dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat, dengan kata lain upaya yang perlu dilakukan dalam meningkatkan keunggulan bersaing suatu perusahaan salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan di era *new normal*, beberapa diantaranya adalah pengendalian internal, total quality management, kinerja partner, dan citra perusahaan (Gordon et al., 2019; Kevin & Mukti Rahardjo, 2018; Lisa & Nanik, 2019; Chintia et al.,)

Faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perusahaan di era *new normal* adalah pengendalian internal. Dalam meningkatkan kualitas pelayanannya suatu perusahaan dituntut untuk memiliki pengendalian internal yang baik untuk dapat menunjang keberlangsungan usahanya. Pengendalian internal saat ini dibutuhkan oleh perusahaan yang ingin menjalankan kegiatan operasionalnya secara efektif dan efisien sehingga tujuan perusahaan dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing dapat tercapai. Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya dimana dalam beberapa penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa pengendalian internal berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan (Gordon et al., 2019; Kurnianingsih et al., 2020; Nafi'ah et al., 2018; Syukriyati et al., 2018; Tadeko, 2017).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan di era *new normal* adalah total quality management, dimana untuk dapat bersaing dengan pesaingnya suatu organisasi atau perusahaan perlu meningkatkan manajemen kualitas pelayanannya salah satunya adalah dengan membedakan layanan mereka dengan layanan pesaingnya. Dalam hal ini untuk dapat meningkatkan manajemen kualitas pelayanan, suatu perusahaan dapat menggunakan pendekatan akuntansi manajemen dimana salah satunya adalah dengan mengimplementasikan Total Quality Management (TQM) ke dalam perusahaannya. Hal ini didukung dengan adanya penelitian terdahulu yang diteliti oleh Pattanayak & Maddulety, (2017), Yanti & Firdaus (2017) dan Chintia et al., (2019) yang menunjukkan hasil terdapat pengaruh positif TQM terhadap peningkatan kualitas pelayanan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan di era *new normal* adalah kinerja partner, Kinerja Partner dapat diketahui dari seberapa baik kemampuan partner sebagai sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan pelanggannya.

Kinerja Partner dapat diketahui dari seberapa baik kemampuan partner sebagai sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan pelanggannya. Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Herawati, 2018; Lisa & Nanik, 2019; Supriyono, 2016) dimana di dalam penelitiannya ketiganya menyimpulkan bahwa kinerja karyawan sebagai sumber daya manusia berpengaruh secara langsung dan dominan terhadap peningkatan kualitas pelayanan suatu perusahaan.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perusahaan di era new normal adalah citra perusahaan dari perusahaan itu sendiri. Dalam meningkatkan kualitas pelayanannya suatu perusahaan perlu memperhatikan persepsi dari pelanggannya. Persepsi pelanggan yang baik akan timbul jika ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, citra perusahaan memiliki peran penting dalam membentuk gambaran perusahaan di mata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan. Semakin kuat citra perusahaan maka kesan-kesan yang terkait perusahaan akan semakin meningkat dan semakin tinggi pula harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang perlu dipenuhi oleh perusahaan tersebut. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fawad Sheikh et al., (2014) dan Kevin & Mukti Rahardjo (2018) dimana kesimpulan yang disimpulkan dalam kedua penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh positif antara citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Penelitian ini berfokus untuk meneliti pengaruh dari pengendalian internal, *total quality management*, kinerja *partner*, dan citra perusahaan terhadap kualitas pelayanan perusahaan transportasi dan antar barang berbasis online di era *new normal*. Atas latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Faktor – faktor yang Berpengaruh terhadap Kualitas Pelayanan di Era *New-Normal*.”

TINJAUAN PUSTAKA

Stakeholder Theory

Dalam penelitian ini teori yang di gunakan sebagai teori pendukung adalah Stakeholder Theory dimana Stakeholder itu sendiri merupakan setiap kelompok atau individu yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Freeman & McVea, 2010). Teori ini menjelaskan bagaimana organisasi, orang dan kelompok berhubungan satu sama lain. Stakeholder bukan hanya pemegang saham tetapi juga termasuk kelompok atau individu lain yang lebih luas, diantaranya kreditur, karyawan, konsumen, pemerintah, pemasok, dan pihak-pihak lain yang terkait dengan pencapaian tujuan perusahaan (Shurair & Pokharel, 2019).

Pengendalian Internal

Menurut Martias (2018) pengendalian internal adalah suatu proses yang dijalankan oleh Dewan Direksi, manajemen, dan staff, yang dirancang untuk memberikan *reasonable assurance* agar tercapainya tujuan-tujuan efektifitas dan efisiensi operasional, kehandalan informasi, ketaatan terhadap ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Total Quality Management

Supratiningrum & Zulaikha (2003) dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa total quality management (TQM) merupakan suatu prinsip dasar bagi suatu organisasi yang memiliki tujuan untuk melakukan perbaikan secara terus menerus dengan proses penyempurnaan operasi pelayanan kepada konsumen dari perusahaan jasa.

Kinerja Partner

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh sumber daya manusia dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2016). Kinerja digunakan untuk mengukur hasil pencapaian kegiatan atau aktivitas

suatu perusahaan atau organisasi yang menjawab pertanyaan apakah kegiatan suatu perusahaan sudah baik atau diperlukannya evaluasi kebelakang mengenai hasil yang telah dicapai.

Citra Perusahaan

Citra itu sendiri menurut Kotler & Keller (2009) merupakan sejumlah ide, keyakinan, dan kesan yang dipegang oleh individu tentang sesuatu objek, sedangkan citra merek atau *brand image* merupakan persepsi dan keyakinan yang dipercaya atau dirasakan oleh konsumen seperti yang dicerminkan asosiasi yang ditanam dalam ingatan konsumen terhadap sebuah merk. Citra perusahaan memiliki peranan penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan, dimana hal ini akan berpengaruh terhadap seluruh elemen yang terdapat pada perusahaan tersebut.

Kualitas Pelayanan

A Parasuraman et al., (1988) menjelaskan bahwa pengertian dari kualitas pelayanan itu sendiri merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Dengan kualitas pelayanan tersebut ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi transportasi dan layanan antar barang/jasa online tersebut. Dimana Batasan dalam penelitian ini adalah hanya pengguna transportasi dan layanan antar 77 barang/jasa online dengan layanan transportasi mobil, motor, antar barang dan jasa pembelian makanan melalui aplikasi tersebut. Dikarenakan penelitian ini melibatkan pengguna aplikasi transportasi dan layanan antar barang/jasa online yang populasinya tidak terbatas dan tidak dapat dipastikan dengan jelas maka sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah probability sampling dengan teknik random sampling.

Jumlah populasi yang sangat besar dan tidak terbatas sehingga jumlah sampel tidak diketahui dan dipastikan, maka peneliti menggunakan penentuan populasi dengan rumus Wibisono dalam Riduwan & Akdon (2020) yaitu apabila nilai σ tidak diketahui dapat menggunakan standar deviasinya sebesar 0,25. Kemudian apabila tingkat presisi 5% dan tingkat kepercayaan 95% dan error estimasi kurang dari 0,05 karena $\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$. Maka dalam pengambilan sampel penelitian ini, rumus ukuran sampel yang di gunakan adalah rumus Wibisono, jumlah sampel minimum yang di hasilkan atas pengguna aplikasi transportasi dan layanan antar barang atau jasa berbasis online adalah sebesar 96,04 yang dapat dibulatkan menjadi 100 sampel pengguna aplikasi tersebut.

Dalam penelitian ini data yang digunakan berupa data primer yang langsung diperoleh peneliti melalui menyebar kuesioner menggunakan *google forms* atau online, yang berisi banyak pertanyaan terstruktur. Responden akan menjawab setiap pernyataan kuesioner berdasarkan situasi yang sebenarnya. Karena penelitian ini menggunakan beberapa variabel bebas yaitu pengendalian internal, *total quality management*, kinerja *partner*, dan citra perusahaan maka teknik analisis adalah persamaan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menyajikan interpretasi data yang diperoleh melalui jumlah maksimum, minimum, mean, standar deviasi dan varians yang dapat digunakan untuk menganalisis data. Oleh karena itu, statistik deskriptif semacam ini bertujuan untuk mendeskripsikan data yang telah diperoleh tanpa menarik kesimpulan secara umum (Putri et al., 2019).

Data penelitian yang dimaksud adalah variabel independen, meliputi pengendalian internal (X_1), total quality management (X_2), kinerja partner (X_3), dan citra perusahaan (X_4) dan variabel dependen yaitu kualitas pelayanan (Y). Berikut tabel hasil analisis statistik deskriptif:

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

STATISTIK DESKRIPTIF						
	N	Range	Minimum	Maksimum	Mean	St. Dev
Pengendalian Internal	100	23	53	76	68,42	5,790
Total Quality management	100	22	33	55	47,52	5,308
Kinerja Partner	100	21	34	55	46,64	5,090
Citra Perusahaan	100	21	34	55	47,58	5,833
Kualitas Pelayanan	100	21	34	55	47,97	4,721
Valid N (listwise)	100	11				

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis statistik deskriptif dapat ditarik kesimpulan dengan masing-masing variabel yang digunakan dan berikut penjelasannya:

1. Pengendalian Internal (X_1)

Variabel independen pertama dalam penelitian ini menggunakan pengendalian internal yang diukur dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah 100 responden. Berdasarkan tabel diatas hasil analisis statistik deskriptif variabel pengendalian internal memiliki range 23, nilai minimum 53, nilai maksimum 76, nilai *mean* 68.42, dan nilai standar deviasi 5.790.

2. Total Quality Management (X_2)

Variabel independen kedua dalam penelitian ini menggunakan *total quality management* yang diukur dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah 100 responden. Berdasarkan tabel diatas hasil analisis statistik deskriptif variabel *total quality management* memiliki range 22, nilai minimum 33, nilai maksimum 55, nilai mean 47.52, dan nilai standar deviasi 5.308.

3. Kinerja Partner (X_3)

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini menggunakan kinerja *partner* yang diukur dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah 100 responden. Berdasarkan tabel diatas hasil analisis statistik deskriptif variabel kinerja *partner* memiliki range 21, nilai minimum 34, nilai maksimum 55, nilai mean 46.64, dan nilai standar deviasi 5.090.

4. Citra Perusahaan (X_4)

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini menggunakan citra perusahaan yang diukur dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah 100 responden. Berdasarkan tabel diatas hasil analisis statistik deskriptif variabel citra perusahaan memiliki range 21, nilai minimum 34, nilai maksimum 55, nilai mean 47.58, dan nilai standar deviasi 5.833.

5. Kualitas Pelayanan (Y)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari kualitas pelayanan di era new noemal dapat di taril hasil yang menggambarkan bahwa kualitas pelayanan di era new normal memiliki range sebesar 21 dengan nilai minimum sebesar 34, nilai maksimum 55, nilai mean 47.97 dan nilai standar deviasi 4.721.

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Data

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Pengendalian Internal

Hasil Uji Validitas Pengendalian Internal (X1)					
Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Pengendalian Internal (X1)	X1.1	0,588	0,361	0,001	Valid
	X1.2	0,591	0,361	0,001	Valid
	X1.3	0,399	0,361	0,029	Valid
	X1.4	0,599	0,361	0	Valid
	X1.5	0,573	0,361	0,001	Valid
	X1.6	0,568	0,361	0,001	Valid
	X1.7	0,343	0,361	0,063	Tidak Valid
	X1.8	0,458	0,361	0,011	Valid
	X1.9	0,646	0,361	0	Valid
	X1.10	0,573	0,361	0,001	Valid
	X1.11	0,469	0,361	0,009	Valid
	X1.12	0,716	0,361	0	Valid
	X1.13	0,591	0,361	0,001	Valid
	X1.14	0,519	0,361	0,003	Valid
	X1.15	0,736	0,361	0	Valid
	X1.16	0,460	0,361	0,011	Valid
	X1.17	0,648	0,361	0	Valid

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Hasil dari uji validitas dari pengendalian internal sebagai variabel X1 dari penelitian ini, dimana hasil tersebut menunjukkan dalam variabel ini terdapat 16 dari 17 butir pernyataan yang dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabelnya.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Total Quality Management

Hasil Uji Validitas Total Quality Management (X2)					
Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Total Quality Management (X2)	X2.1	0,734	0,361	0	Valid
	X2.2	0,667	0,361	0	Valid
	X2.3	0,722	0,361	0	Valid
	X2.4	0,621	0,361	0	Valid
	X2.5	0,682	0,361	0	Valid
	X2.6	0,686	0,361	0	Valid
	X2.7	0,611	0,361	0	Valid
	X2.8	0,766	0,361	0	Valid
	X2.9	0,648	0,361	0	Valid
	X2.10	0,776	0,361	0	Valid
	X2.11	0,669	0,361	0	Valid

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Hasil dari uji kualitas dari variabel *total quality management* (X2). Terdapat 11 butir pernyataan dengan hasil seluruh butir pernyataan yang dimiliki oleh TQM dinyatakan valid, karena seluruhnya memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabelnya.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kinerja Partner

Hasil Uji Validitas Kinerja Partner (X3)					
Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Kinerja Partner (X3)	X3.1	0,652	0,361	0	Valid
	X3.2	0,670	0,361	0	Valid
	X3.3	0,663	0,361	0	Valid
	X3.4	0,841	0,361	0	Valid
	X3.5	0,847	0,361	0	Valid
	X3.6	0,755	0,361	0	Valid
	X3.7	0,797	0,361	0	Valid
	X3.8	0,633	0,361	0	Valid
	X3.9	0,650	0,361	0	Valid
	X3.10	0,531	0,361	0,003	Valid
	X3.11	0,654	0,361	0	Valid

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Hasil dari uji validitas pada pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kinerja partner (X3) dengan hasil seluruh pernyataan yang digunakan dalam variabel ini dianggap valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabelnya.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan

Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X4)					
Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Citra Perusahaan (X4)	X3.1	0,680	0,361	0	Valid
	X3.2	0,785	0,361	0	Valid
	X3.3	0,782	0,361	0	Valid
	X3.4	0,501	0,361	0,005	Valid
	X3.5	0,707	0,361	0	Valid
	X3.6	0,612	0,361	0	Valid
	X3.7	0,697	0,361	0	Valid
	X3.8	0,753	0,361	0	Valid
	X3.9	0,608	0,361	0	Valid
	X3.10	0,786	0,361	0,003	Valid
	X3.11	0,670	0,361	0	Valid

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji validitas pernyataan yang digunakan pada variabel citra perusahaan (X4). Terdapat 11 butir pernyataan pada variabel citra perusahaan dan keseluruhannya dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung masing-masing yang lebih besar dari r tabelnya.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Kulaitas Pelayanan

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (Y)					
Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (Y)	Y.1	0,562	0,361	0,001	Valid
	Y.2	0,711	0,361	0,000	Valid
	Y.3	0,660	0,361	0,000	Valid
	Y.4	0,548	0,361	0,002	Valid
	Y.5	0,734	0,361	0,000	Valid
	Y.6	0,733	0,361	0,000	Valid
	Y.7	0,573	0,361	0,000	Valid
	Y.8	0,729	0,361	0,000	Valid
	Y.9	0,742	0,361	0,000	Valid
	Y.10	0,838	0,361	0,000	Valid
	Y.11	0,768	0,361	0,000	Valid

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Tabel diatas merupakan hasil uji validitas dari kualitas pelayanan (Y) dimana pada tabel tersebut menunjukan terdapat 11 butir pernyataan yang sudah di uji validitasnya. Dari 11 butir pernyataan tersebut hasil yang dapat diambil adalah bahwa keseluruhan butir pernyataan dinyatakan valid karena masing-masing pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabelnya.

2. Uji Realibilitas Data

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Data

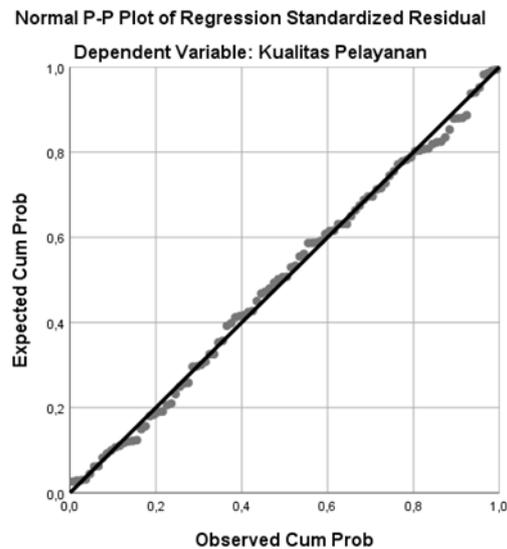
Hasil Uji Reliabilitas Data			
Variabel	N Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	11	0,890	Reliabel
Pengendalian Internal	16	0,858	Reliabel
Total Quality Management	11	0,882	Reliabel
Kinerja Partner	11	0,893	Reliabel
Citra Perusahaan	11	0,888	Reliabel

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas dari seluruh variabel yang terdapat pada penelitian ini. Dengan hasil pada masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,60. Sehingga pada uji ini dapat dinyatakan bahwa keseluruhan variabel memiliki item pernyataan yang reliabel atau sangat reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas



Gambar 1 Grafik P-P Plot

Gambar diatas menunjukkan hasil uji normalitas PP-Plot bahwa data berdistribusi dengan normal karena terlihat titik – titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,895	3,035		1,942	,055		
Pengendalian Internal	,150	,066	,184	2,293	,024	,427	2,339
Total Quality Management	,243	,098	,273	2,464	,016	,226	4,429
Kinerja Partner	,220	,079	,238	2,786	,006	,380	2,633
Citra Perusahaan	,210	,085	,259	2,456	,016	,249	4,024

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan hasil yang terdapat pada tabel di atas yang menunjukkan bahwa VIF pada pengendalian internal (X1) sebesar 2,339, VIF pada total quality management (X2) sebesar 4,429, pada variabel kinerja partner (X3) sebesar 2,633, kemudian pada variabel citra perusahaan (X4) sebesar 4,024. Dikarenakan seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 dan masing-masing variabel juga memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi terjadinya multikolinieritas pada penelitian ini.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Correlations					
			Pengendalian Internal	Total Quality Management	Kinerja Partner	Citra Perusahaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Pengendalian Internal	Correlation Coefficient	1,000	,751**	,633**	,699**	,039
		Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,698
		N	100	100	100	100	100
	Total Quality Management	Correlation Coefficient	,751**	1,000	,790**	,847**	,056
		Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,582
		N	100	100	100	100	100
	Kinerja Partner	Correlation Coefficient	,633**	,790**	1,000	,760**	,043
		Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,672
		N	100	100	100	100	100
	Citra Perusahaan	Correlation Coefficient	,699**	,847**	,760**	1,000	,030
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,765
		N	100	100	100	100	100
Unstandariz ed Residual		Correlation Coefficient	,039	,056	,043	,030	1,000
		Sig. (2-tailed)	,698	,582	,672	,765	
		N	100	100	100	100	100

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

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Hasil yang terdapat pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel pengendalian internal, *total quality management*, kinerja partner dan citra perusahaan memiliki masing-masing nilai signifikansi (sig. (2-tailed)) di atas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat tidak terjadi indikasi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi statistik yang digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata variabel dependen yang dipengaruhi variabel independen (Agustiningih, 2016). Berikut tabel hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 25, sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,895	3,035		1,942	,055
	Pengendalian Internal	,150	,066	,184	2,293	,024
	Total Quality Management	,243	,098	,273	2,464	,016
	Kinerja Partner	,220	,079	,238	2,786	,006
	Citra Perusahaan	,210	,085	,259	2,456	,016

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan tabel diatas. hasil penelitian uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = 5,895 + 0,150 \text{ PI} + 0,243 \text{ TQM} + 0,220 \text{ KP} + 0,210 \text{ CP} + e$$

Dengan keterangan:

Y = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi variabel independent

X1 = Pengendalian Internal

X2 = Total Quality Management

X3 = Kinerja Partner

X4 = Citra Perusahaan

e = Error

Tabel di atas menunjukkan hasil uji analisis regresi linier berganda dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan di era *new normal* dipengaruhi oleh pengendalian internal, *total quality management*, kinerja *partner*, dan citra perusahaan yang memiliki nilai positif konstanta sebesar (0.150);(0.243);(0.220);(0.210) artinya jika variabel pengendalian internal, *total quality management*, kinerja *partner*, dan citra perusahaan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kualitas pelayanan juga mengalami kenaikan sebesar (0.150);(0.243);(0.220);(0.210).

5. Uji Hipotesis

1) Uji Statistik (F)

Tabel 11 Hasil Uji Statistik (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1627,152	4	406,788	66,657	,000 ^b
	Residual	579,758	95	6,103		
	Total	2206,910	99			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Pengendalian Internal, Kinerja Partner, Total Quality Management

Hasil dari tabel di atas menunjukkan hasil dari uji statistik F yang menjelaskan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar $0.000 < 0,05$ dan perbandingan dari Fhitung dan Ftabelnya yaitu $66,657 > 2,47$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel pengendalian internal, total quality management, kinerja *partner* dan citra perusahaan secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel kualitas pelayanan.

2) Koefisien Determinasi R²

Tabel 12 Hasil Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,859 ^a	,737	,726	2,470

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Pengendalian Internal, Kinerja Partner, Total Quality Management

b. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber: diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R²) pada tabel IV.16 menjelaskan bahwa nilai Adjusted R-Square yang dihasilkan sebesar 0,726 atau 73%. Berdasarkan hasil ini peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa variabel pengendalian internal, total quality management, kinerja partner dan citra perusahaan dapat mempengaruhi variabel kualitas pelayanan sebesar 73%.

3) Hasil Uji t

Hasil dari uji statistik t terdapat pada tabel 10, dengan keterangan hasil sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis 1 (H1): Terdapat pengaruh positif pengendalian internal terhadap kualitas pelayanan.

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menyebutkan adanya pengaruh positif dari pengendalian internal terhadap kualitas pelayanan, dimana dari hasil uji statistik t pada hipotesis ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,024 yang artinya hipotesis ini memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05, selain itu thitung yang dihasilkan dari hipotesis ini adalah sebesar 2,293 dimana hasil thitung tersebut lebih besar dari nilai t_{table}nya yaitu sebesar 1,99. Dari hasil uji statistik t tersebut menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, dimana hal ini berarti bahwa pengendalian internal sebagai variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan sebagai variabel dependennya.

b. Uji Hipotesis 2 (H2): Terdapat pengaruh positif Total Quality Management terhadap Kualitas Pelayanan.

Berdasarkan dari hasil uji statistik t pada tabel IV.17, variabel total quality management memperoleh hasil t hitung sebesar 2,464 > 1,99 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,016 < 0,05. Hasil tersebut menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₂ diterima. Yang artinya total quality management berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

c. Uji Hipotesis 3 (H3) : Terdapat pengaruh positif Kinerja Partner terhadap Kualitas Pelayanan.

Berdasarkan dari hasil uji statistik t pada tabel IV.17, variabel kinerja partner memperoleh hasil thitung sebesar 2,786 > 1,99 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 < 0,05. Hasil tersebut menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₃ diterima. Yang artinya kinerja partner sebagai variabel independent dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

d. Uji Hipotesis 4 (H4): Terdapat pengaruh positif Citra Perusahaan terhadap Kualitas Pelayanan.

Hipotesis terakhir dalam penelitian ini menyebutkan terdapat pengaruh positif dari citra perusahaan terhadap kualitas pelayanan, dimana dari hasil uji statistik t pada hipotesis ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,016 yang artinya hipotesis ini memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05, selain itu thitung yang dihasilkan dari hipotesis ini adalah sebesar 2,456 dimana hasil thitung tersebut lebih besar dari nilai ttabelnya yaitu sebesar 1,99. Dari hasil uji statistik t tersebut menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₄ diterima, dimana hal ini berarti bahwa citra perusahaan sebagai variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan sebagai variabel dependennya.

PEMBAHASAN

Pengendalian internal sebagai variabel independent (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan (Y). Hal ini berarti apabila suatu perusahaan transportasi dan layanan antar barang/jasa berbasis online memiliki sistem pengendalian internal yang baik maka akan berdampak secara langsung meningkatkan kualitas pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan transportasi dan layanan antar barang/jasa berbasis online tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, yang menyimpulkan bahwa pengendalian internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan (Gordon et al., 2019; Kurnianingsih et al., 2020; Nafi'ah et al., 2018; Syukriyati et al., 2018; Tadeko, 2017).

Total quality management sebagai variabel independent (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan (Y). Hal ini berarti jika suatu perusahaan transportasi dan layanan berbasis online memiliki menggunakan pendekatan total quality management dalam menjalankan kegiatan operasionalnya maka perusahaan tersebut secara langsung akan meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat dihasilkan perusahaan tersebut. Indikator pembentuk implementasi dari total quality management yang baik pada aspek kualitas pelayanan meliputi bagaimana perusahaan transportasi berbasis online mampu mengidentifikasi kebutuhan pengguna dengan tetap memberikan kesan yang menyenangkan dan ramah dalam memberikan pelayanan terhadap pengguna aplikasinya, dikarenakan hal tersebut mengarahkan perusahaan transportasi berbasis online kepada continuous improvement dengan mewujudkan kepuasan konsumen secara total dan terus menerus. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Pattanayak & Maddulety (2017), Yanti & Firdaus (2017) dan Chintia et al., (2019) dimana pada penelitiannya hasil yang diperoleh adalah adanya pengaruh positif dari TQM terhadap peningkatan kualitas pelayanan. Maka dari itu penelitian ini secara langsung dapat dikatakan menunjukkan bahwa Total Quality Management (TQM) sebagai suatu pendekatan dari suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dapat memaksimalkan kualitas pelayanan yang di berikan melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses maupun lingkungannya.

Kinerja partner sebagai variabel independent (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan (Y). Hal ini membuktikan bahwa ketika partner sebagai sumber daya manusia memiliki kinerja yang baik serta menjalankan kode etik pekerjaannya sesuai dengan prosedur dan kebijakan yang dibuat oleh perusahaan maka akan secara langsung berdampak pada kualitas pelayanan yang dihasilkannya. Semakin baik kinerja yang dimiliki oleh partner sebagai sumber daya manusia pada perusahaan transportasi dan layanan antar barang berbasis online maka akan semakin baik pula kualitas pelayanan yang dapat diterima oleh pengguna jasanya. Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Lisa & Nanik (2019), Supriyono (2016), dan Herawati (2018) dimana di dalam penelitiannya ketiganya menyimpulkan bahwa kinerja

karyawan sebagai sumber daya manusia berpengaruh secara langsung dan dominan terhadap peningkatan kualitas pelayanan suatu perusahaan.

Citra perusahaan sebagai variabel independent (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan (Y). Hal ini membuktikan bahwa semakin baik citra yang dimiliki perusahaan maka semakin baik pula kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumennya, hal tersebut yang membuat suatu perusahaan akan semakin memaksimalkan kualitas pelayanan yang dihasilkannya. Citra perusahaan itu sendiri memiliki peran dalam menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal, citra positif dari perusahaan akan memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya secara efektif. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulunya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fawad Sheikh et al., (2014) dan Kevin & Mukti Rahardjo, (2018) hasil dari penelitian keduanya memiliki hasil terdapat pengaruh positif antara citra perusahaan dan kualitas pelayanan hal ini dikarenakan citra perusahaan merupakan gambaran dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan suatu perusahaan

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang pengaruh pengendalian internal, *total quality management*, kinerja *partner*, dan citra perusahaan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal* dengan menggunakan 100 responden pengguna aplikasi transportasi berbasis online maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengendalian internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*.
- 2) *Total quality management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*.
- 3) Kinerja *partner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*.
- 4) Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di era *new normal*.

Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

- 1) Penelitian selanjutnya dapat meluaskan penelitian selanjutnya ke tingkat yang lebih tinggi seperti tingkat Provinsi agar dapat memberikan gambaran informasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- A, P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, 64 (1) pp.
- Agustini, W. (2016). JURNAL NOMINAL / VOLUME V NOMOR 2 / TAHUN 2016 PENGARUH PENERAPAN E-FILING , TINGKAT PEMAHAMAN PERPAJAKAN JURNAL NOMINAL / VOLUME V NOMOR 2 / TAHUN 2016 PENDAHULUAN Salah satu sumber pendapatan negara terbesar adalah penerimaan pajak . Pajak digunakan oleh. *Nominal*, V(4), 107–122.
- Fawad Sheikh, M. A., Fawad Sheikh, M. A., Rizwan, M., & Maqsood, Q. (2014). The Role of Brand and Company Image in Building Brand Loyalty through Service Quality and Brand Trust. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 365–376. <https://doi.org/10.5296/jsr.v5i1.6571>
- Freeman, R. E., & McVea, J. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
- Gordon, O. O., & Kalenzi, A. (2019). Internal control and quality service delivery in a public health sector: A case study of a Local Government in Uganda. *African Journal of Business Management*, 13(16), 557–563.
- Herawati, P. (2018). PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN (Studi Tentang Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Pelayanan Di Kantor Pemerintah Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*.
- Kevin, & Mukti Rahardjo. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Reputasi Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02(2), 1–8.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Kurnianingsih, S., Anisma, Y., Safitri, D., & Riau, U. (2020). 408 -417) 408. 4(4), 408–417.
- Lisa, H., & Nanik, S. (2019). Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Mangkunegara, A. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Remaja Rosdakarya.
- Martias, A. (2018). Analisa Pengendalian Internal Terhadap Pelayanan di Terminal Bandar Udara ALKHA. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, V(1).
- Nafi'ah, Z., & Sri Wiranti Setiyanti. (2018). Pengaruh Audit Operasional Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Pada Rumah Sakit Umum Fastabiq Sehat Pku Muhammadiyah Pati. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 13(2), 280–300.
- Palandeng, Indrie Debbie, Gaspar Enjelina Chintia, P. J. J. (2019). Pengaruh Total Quality Management (Tqm) Terhadap Kualitas Layanan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado The Effect Of Total Quality Management On Service Quality In Pt . Pln (Persero) Area Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5860–5869.
- Pattanayak, D., & Maddulety, K. (2017). QUALITY PAPER Investigating the influence of TQM, service quality and market orientation on customer satisfaction and loyalty in the Indian banking sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 34(1), 1–5.
- Putri, T., Saerang, D. P. E., & Budiarmo, N. S. (2019). Analisis Perilaku Wajib Pajak Umkm Terhadap Pelaksanaan Pemungutan Pajak Dengan Menggunakan Self Assessment System Di Kota Tomohon. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 130–136.

- Shurair, A. S. A., & Pokharel, S. (2019). Stakeholder's perception of service quality: a case in Qatar. *Quality Assurance in Education*, 27(4), 493–510.
- Supratiningrum, & Zulaikha. (2003). Pengaruh Total Quality Management (TQM) terhadap Kinerja Manajerial dengan Sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Penghargaan (reward) sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Hotel di Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi VI, 16-17*, 775-788.
- Supriyono. (2016). Pengaruh Kinerja Karyawan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Puskesmas Kedupok Probolinggo. *JURNAL ECOBUSS Vol 4, Nomor 1, 4*, 1–7.
- Syukriyati, E., & Ikin Solikin. (2018). Pengaruh Efektivitas Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Pelayanan Publik. *Pengaruh Efektivitas Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Pelayanan Publik*, 6(2), 269–284.
- Tadeko, N. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (Survey Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Banggai). *Katalogis*, 5(2), 104–115.
- Yanti, L. D., & Firdaus, A. (2017). Impact of Total Quality Management (TQM) Implementation on Service Quality and Performance of Islamic Banks. *Millah: Jurnal Studi Agama*, 17(1),