



Pengaruh Kompetensi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borneo Lintas Dunia

Desiana Dian Malasari^{1*}, Desta Ovilini²

¹ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Dharma Pontianak, Indonesia

² Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Widya Dharma Pontianak, Indonesia

*Penulis Korespondensi: desianadian594@gmail.com

Abstract. *The rapid growth of the travel service industry reflects increasing public demand for transportation and tourism services that are practical, safe, and reliable. This development encourages travel agencies to continuously improve employee competence and service quality to enhance customer satisfaction and remain competitive. PT. Borneo Lintas Dunia, a travel service company providing airline ticketing and domestic and international tour packages, seeks to deliver safe, comfortable, and professional travel experiences by strengthening human resource competence and improving service quality. This study used a quantitative approach to examine the causal relationship between employee competence, service quality, and customer satisfaction at PT. Borneo Lintas Dunia. Data were collected through questionnaires distributed to customers as primary data, while secondary data were obtained from relevant documents and supporting sources. The quantitative method was applied to measure the influence of employee competence and service quality as independent variables on customer satisfaction as the dependent variable. The results show that employee competence has a positive and significant effect on customer satisfaction, as higher levels of employee knowledge and skills improve customer perceptions. Service quality also significantly influences customer satisfaction, where reliability, responsiveness, and service accuracy increase customer satisfaction levels. Therefore, improving employee competence and maintaining high service quality are important strategies to enhance customer satisfaction and sustain competitiveness in the travel service industry.*

Keywords: Competence; Customer Satisfaction; Service Quality; Tourism Services; Travel Service Industry.

Abstrak. Pertumbuhan pesat industri jasa perjalanan mencerminkan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan transportasi dan pariwisata yang praktis, aman, dan dapat diandalkan. Perkembangan ini mendorong perusahaan travel untuk terus meningkatkan kompetensi karyawan dan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta tetap kompetitif. PT. Borneo Lintas Dunia, sebagai perusahaan jasa perjalanan yang menyediakan layanan tiket pesawat serta paket wisata domestik dan internasional, berupaya memberikan pengalaman perjalanan yang aman, nyaman, dan profesional dengan memperkuat kompetensi sumber daya manusia serta meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengkaji hubungan kausal antara kompetensi karyawan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan pada PT. Borneo Lintas Dunia. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan sebagai data primer, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen terkait dan sumber pendukung lainnya. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh kompetensi karyawan dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan keterampilan karyawan, semakin baik pula persepsi dan kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana keandalan, responsivitas, dan ketepatan pelayanan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi karyawan dan pemeliharaan kualitas pelayanan yang tinggi menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan daya saing dalam industri jasa perjalanan.

Kata Kunci: Industri Jasa Perjalanan; Kepuasan Pelanggan; Kompetensi; Kualitas Pelayanan; Layanan Pariwisata.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri jasa perjalanan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan transportasi dan pariwisata yang praktis, aman, dan terpercaya. Kondisi ini mendorong perusahaan jasa perjalanan untuk terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

PT. Borneo Lintas Dunia merupakan perusahaan jasa perjalanan yang menyediakan berbagai layanan, antara lain penjualan tiket pesawat hingga paket wisata domestik dan internasional. Perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan pengalaman perjalanan yang aman, nyaman, dan profesional bagi masyarakat. Komitmen tersebut tercermin dari upaya perusahaan dalam meningkatkan kompetensi karyawan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Berikut ini merupakan data jumlah pelanggan yang disajikan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 1. Data Jumlah Pelanggan (2023 – 2025).

Tahun	Jumlah Pelanggan
2023	350 pelanggan
2024	720 pelanggan
2025	1050 pelanggan
Sumber: Data Sekunder, 2026	

Berdasarkan data jumlah pelanggan PT. Borneo Lintas Dunia selama periode 2023 – 2025, diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah pelanggan setiap tahunnya. Pada tahun 2023 jumlah pelanggan tercatat sekitar 350 pelanggan, kemudian meningkat menjadi 720 pelanggan pada tahun 2024, dan kembali mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2025 dengan jumlah pelanggan mencapai 1.050 pelanggan. Data tersebut mencakup transaksi tiket, paket tur, serta layanan perjalanan lainnya. Peningkatan jumlah pelanggan ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung pentingnya kompetensi dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky & Sari (2019) menunjukkan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa transportasi. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional karyawan mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Selanjutnya, penelitian oleh Pratama (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup aspek reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan biro perjalanan wisata. Penelitian ini

menyimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Hidayat (2021) menunjukkan bahwa kompetensi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pariwisata. Hasil penelitian tersebut memperkuat bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor penting dalam menciptakan loyalitas dan keberlanjutan usaha di bidang jasa perjalanan.

Namun demikian, meningkatnya jumlah pelanggan juga menuntut perusahaan untuk terus menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kompetensi karyawan dalam memberikan informasi, menangani kebutuhan pelanggan, serta kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan selama proses pelayanan berlangsung. Apabila kompetensi dan kualitas pelayanan tidak dikelola dengan baik, maka berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk dilakukan penelitian mengenai pengaruh kompetensi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Borneo Lintas Dunia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kompetensi karyawan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan kualitas layanan di masa mendatang.

2. KAJIAN TEORITIS

Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki individu dalam melaksanakan pekerjaannya secara efektif dan efisien. Menurut Wibowo (2016), kompetensi adalah kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi oleh keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Dengan kata lain, kompetensi mencerminkan perpaduan antara pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skills*), dan sikap (*attitude*) yang memengaruhi kinerja individu. Menurut Spencer & Spencer (1993), kompetensi adalah karakteristik dasar seseorang yang berhubungan secara kausal dengan kinerja efektif atau unggul dalam suatu pekerjaan. Dalam konteks jasa travel, kompetensi karyawan sangat penting karena karyawan berinteraksi langsung dengan pelanggan, mulai dari pemberian informasi perjalanan, pemesanan tiket, hingga penanganan keluhan. Kompetensi karyawan umumnya meliputi, pengetahuan (*knowledge*) yaitu pemahaman karyawan tentang produk dan layanan travel, seperti rute perjalanan, harga, jadwal, dan prosedur layanan. Keterampilan (*skill*) yaitu

kemampuan teknis dan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan dengan baik. Sikap (*attitude*) yaitu perilaku karyawan seperti sopan, ramah, bertanggung jawab, dan profesional dalam melayani pelanggan. Kompetensi yang baik akan membantu karyawan memberikan pelayanan yang optimal sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diharapkan dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Menurut Putri (2021) kualitas pelayanan adalah proses perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan layanan yang mereka harapkan, mencakup aspek teknis bagaimana layanan diberikan dan kemampuan organisasi dalam memenuhi harapan tersebut. Menurut penelitian Emon & Khan (2024) dalam konteks industri perhotelan, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat pemenuhan atau bahkan melebihi harapan layanan pelanggan, yang dievaluasi melalui lima dimensi utama: *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*, yang secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan pelanggan. Dalam industri jasa travel, kualitas pelayanan menjadi faktor utama karena pelanggan tidak hanya membeli produk, tetapi juga pengalaman pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diukur melalui empat dimensi, yaitu bukti fisik (*tangibles*) yang meliputi fasilitas kantor, penampilan karyawan, dan sarana pendukung pelayanan. Keandalan (*reliability*) kemampuan perusahaan memberikan layanan sesuai janji dan tepat waktu. Daya Tanggap (*responsiveness*) kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan menangani keluhan. Empati (*empathy*) perhatian dan pelayanan yang bersifat personal kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang diterima. Menurut Kotler (2016), kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Khairawati (2021), kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran mengenai seberapa jauh produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan dapat melebihi atau memenuhi harapan pelanggan. Pengertian ini menekankan bahwa kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap pengalaman konsumsi yang dirasakan setelah menggunakan produk atau layanan tersebut. Menurut Sari (2023), kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai keseluruhan sikap yang dimiliki pelanggan terhadap suatu produk atau jasa setelah mereka membeli dan menggunakannya, di mana evaluasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan dan perbandingan antara kondisi yang

dirasakan dengan harapan sebelumnya. Dalam jasa travel, pelanggan yang puas cenderung akan menggunakan kembali jasa perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari, kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan, kepuasan terhadap pelayanan karyawan, keinginan untuk menggunakan kembali jasa travel, kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) Penelitian kuantitatif “dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti bersifat sebab dan akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen”. Maka, dalam penelitian ini metode kuantitatif bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kompetensi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan kuesioner kepada pelanggan PT. Borneo Lintas Dunia dengan tujuan mendapatkan data ilmiah yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Borneo Lintas Dunia. Sampel penelitian merupakan perwakilan dari seluruh populasi. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple random sampling. Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut.

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi data atau informasi lain dalam masalah yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan adalah: a) Data Primer merupakan data yang pertama kali peneliti kumpulkan melalui kegiatan pengumpulan data secara langsung di lapangan, dalam penelitian ini data primer yang didapatkan yakni melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan. b) Data Sekunder adalah data yang terdiri dari semua informasi yang dikumpulkan peneliti. Dengan memanfaatkan data sekunder, informasi yang didapatkan akan semakin banyak dan bervariasi.

Adapun instrument penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif (Sugiyono, 2016). Karena pada penelitian ini menggunakan skala

Likert maka pemberian nilai atau skor jawaban responden berdasarkan pengalaman terdiri dari Sangat Setuju= 5, Setuju= 4, Cukup Setuju= 3, Tidak Setuju= 2, dan Sangat Tidak Setuju= 1.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas pada dasarnya untuk mengukur validitas atau keabsahan suatu kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian. Berikut tabel hasil uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan 100 responden diketahui r_{tabel} 0,197:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Indikator	rHitung	rTabel	Keterangan
Kompetensi	K ₁	0,605	0,197	Valid
	K ₂	0,313	0,197	Valid
	K ₃	0,681	0,197	Valid
	K ₄	0,467	0,197	Valid
	K ₅	0,686	0,197	Valid
	K ₆	0,649	0,197	Valid
	K ₇	0,626	0,197	Valid
Kualitas Pelayanan	KP ₁	0,480	0,197	Valid
	KP ₂	0,513	0,197	Valid
	KP ₃	0,528	0,197	Valid
	KP ₄	0,582	0,197	Valid
	KP ₅	0,533	0,197	Valid
	KP ₆	0,277	0,197	Valid
	KP ₇	0,570	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP ₁	0,328	0,197	Valid
	KP ₂	0,492	0,197	Valid
	KP ₃	0,382	0,197	Valid
	KP ₄	0,543	0,197	Valid
	KP ₅	0,493	0,197	Valid
	KP ₆	0,568	0,197	Valid
	KP ₇	0,507	0,197	Valid
	KP ₈	0,407	0,197	Valid
	KP ₉	0,420	0,197	Valid
	KP ₁₀	0,441	0,197	Valid
	KP ₁₁	0,548	0,197	Valid
	KP ₁₂	0,543	0,197	Valid

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang sesuai dengan indikator dari masing-masing variabel, baik dari variabel independen yaitu Kompetensi, Kualitas Pelayanan, dan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Dengan dasar pengambilan keputusan *Pearson Product Moment* dari 26 item pernyataan menunjukkan hasil “valid” yang dibuktikan dengan r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kompetensi	0,841	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,841	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,841	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah).

Uji reliabilitas merupakan uji yang berkenaan dengan derajat konsistensi atau kehandalan data dalam interval waktu tertentu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian satu kali, lalu dengan cara tertentu diestimasi reliabilitas instrument. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas yang disajikan pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan variabel Kompetensi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian berarti item pertanyaan untuk semua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Analisis Deskriptif

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan diperoleh gambaran mengenai identitas dari seluruh responden penelitian berdasarkan jenis kelamin. Karakteristik menurut jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang (37%) dan wanita sebanyak 63 orang (63%) dari 100 orang secara keseluruhan sehingga responden perempuan merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen	Kumulatif Persen
1.	Laki – Laki	37	37 %	100 %
2.	Perempuan	63	63 %	63 %
Total		100	100 %	

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Karakteristik Berdasarkan Usia

Dari hasil penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai identitas dari responden penelitian berdasarkan pada usia. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 36 orang (36%), 25-35 tahun sebanyak 43 orang (43%), dan 36- 45 tahun sebanyak 21 orang (21%) dari 100 orang secara keseluruhan sehingga responden 25-35 tahun merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Usia.

No	Usia	Frekuensi	Persen	Kumulatif Persen
1.	< 25 tahun	36	36 %	36 %
2.	25 – 35 tahun	43	43 %	79 %
3.	36 – 45 tahun	21	21 %	100 %
Total		100	100 %	

Sumber : Data Primer, 2026 (diolah)

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**Tabel 6.** Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.

No	Pendidikan	Frekuensi	Persen	Kumulatif Persen
1.	Mahasiswa / Pelajar	25	25 %	25 %
2.	Pegawai Swasta	44	44 %	69 %
3.	PNS	11	11 %	80 %
4.	Wiraswasta	20	20 %	100 %
Total		100	100 %	

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Dari hasil penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan, diperoleh gambaran mengenai identitas dari responden penelitian berdasarkan pada pekerjaan. Karakteristik menurut pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 6. Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai Mahasiswa/Pelajar sebanyak 25 orang (25%), Pegawai Swasta sebanyak 44 orang (44%), PNS sebanyak 11 orang (11%) dan Wiraswasta sebanyak 20 orang (20%), dari 100 orang secara keseluruhan sehingga responden Pegawai Swasta merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

Deskriptif Variabel Penelitian**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompetensi**

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap tujuh item pernyataan pada variable kompetensi sebagai berikut :

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompetensi (K).

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	n	Mean
1.	K ₁	1	2	17	62	18	100	3,91
2.	K ₂	0	0	6	65	29	100	4,23
3.	K ₃	0	7	21	50	22	100	3,87
4.	K ₄	0	1	12	47	40	100	3,94
5.	K ₅	3	4	14	45	34	100	4,03
6.	K ₆	0	0	17	48	35	100	4,18
7.	K ₇	2	2	27	31	38	100	4,01
Rata-rata								4,02

Sumber: Data Primer, 2026 (Diolah)

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Kompetensi yang tertinggi yaitu indikator K₂ yaitu Ketrampilan dengan mean 4,23 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator K₁ yaitu Nilai-Nilai dengan mean 3,91. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kompetensi yaitu 4,02.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap tujuh item pernyataan pada variable kualitas pelayanan sebagai berikut :

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (KP).

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	n	Mean
1.	KP ₁	0	2	16	52	30	100	4,10
2.	KP ₂	1	1	17	49	31	100	4,05
3.	KP ₃	1	0	11	50	38	100	4,24
4.	KP ₄	1	0	10	46	43	100	4,30
5.	KP ₅	1	1	20	48	30	100	4,04
6.	KP ₆	1	0	14	46	39	100	4,22
7.	KP ₇	0	2	25	38	35	100	4,07
Rata-rata								4,15

Sumber: Data Primer, 2026 (Diolah)

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Kualitas Pelayanan yang tertinggi yaitu indikator KP₄ yaitu Reliabilitas dengan mean 4,30 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator KP₅ yaitu Bukti Fisik dengan mean 4,04. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kualitas Pelayanan yaitu 4,15.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Diketahui dari data kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan dari responden terhadap pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan sebagai berikut :

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (KP).

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	n	Mean
1.	KP ₁	0	0	10	56	34	100	4,24
2.	KP ₂	1	3	13	47	36	100	4,14
3.	KP ₃	1	1	16	47	35	100	4,14
4.	KP ₄	1	1	13	44	41	100	4,23
5.	KP ₅	0	0	16	40	44	100	4,28
6.	KP ₆	0	2	18	43	37	100	4,15
7.	KP ₇	0	1	16	41	42	100	4,24
8.	KP ₈	1	0	14	47	38	100	4,20
9.	KP ₉	0	0	15	46	39	100	4,24
10.	KP ₁₀	0	0	18	50	32	100	4,14
11.	KP ₁₁	3	5	20	40	32	100	3,93
12.	KP ₁₂	0	1	22	31	46	100	4,22
Rata - Rata								4,18

Sumber: Data Primer, 2026 (Diolah)

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari tanggapan responden pada variabel Kepuasan Pelanggan yang tertinggi yaitu indikator KP5 yaitu Kepuasan Pelanggan Keseluruhan dengan mean 4,28 sedangkan nilai rata-rata terendah pada indikator KP11 dengan mean 3,93. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan Kepuasan Pelanggan yaitu 4,18.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas adalah Pengaruh Kompetensi dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan. Berikut akan disajikan hasil dari pengolahan data yang menggunakan program SPSS yang ditunjukkan oleh Tabel 10 sebagai berikut ini:

Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda.

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	21,589	3,009	
Kompetensi	0,551	0,112	0,408
Kualitas Pelayanan	0,464	0,095	0,404

Sumber: Data Primer, 2026 (Diolah)

Dari hasil persamaan analisis regresi linier berganda tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut : 1) Konstanta (α) nilai konstanta sebesar 21,589. Hal menunjukkan bahwa kompetensi dan kualitas pelayanan adalah konstan, maka kepuasan pelanggan sebesar 21,589. 2) Koefisien regresi untuk variabel Kompetensi (K) sebesar 0,551. Koefisien regresi bersifat positif menunjukkan bahwa variabel kompetensi mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan apabila kompetensi meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. 3) Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (KP) Besarnya koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,464. Nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji yang ditunjukkan untuk menguji serta memahami apakah sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau yang mendekati normal. Hasil dari uji normalitas melalui pendekatan kolmogorov-smirnov dapat dilihat dari Tabel 11

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov.

<i>Unstandardized Residual</i>		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,17435140
Most Extreme Differences	Absolute	0,080
	Positive	0,051
	Negative	0,080
Test Statistic		0,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,120

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Berdasarkan Tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,120 dan lebih besar dari 0,05. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, maka persamaan model regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonearitas

Penelitian bisa menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance untuk mengetahui ada tidaknya suatu masalah multikolinearitas dalam model regresi, jika nilai tolerance $\geq 0,1$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) ≤ 10 , maka model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 12. Hasil Uji Multikolonearitas.

Model		<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
1	Kompetensi	0,762	1,312	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Kualitas Pelayanan	0,762	1,312	Tidak Terjadi Multikolinieritas

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai Tolerance $\geq 0,1$ dan VIF (*Variance Inflation Factor*) ≤ 10 , maka hal ini berarti persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolinearitas, sehingga variabel bebas tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji heteroskedastisitas antar variabel Kompetensi dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan maka diperoleh hasil seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Gambar 2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa

varians residual bersifat konstan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.



Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Hasil Uji F antar variabel Kompetensi dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 13. Hasil Uji F.

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	960,216	2	480,108	46,684	0,001
	<i>Residual</i>	997,574	97	10,284		
	Total	1957,790	99			

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Dari hasil output pada program SPSS besarnya tingkat signifikan sebesar 0,001. Berarti hasil output yang dihasilkan SPSS lebih kecil dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa model layak digunakan untuk analisis.

Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil Uji t antar variabel Kompetensi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 14. Hasil Uji t.

Variabel	Sig.	Keterangan
Kompetensi Terhadap Kepuasan Pelanggan	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini yang ditampilkan pada Tabel 14, maka dapat dijelaskan hasil uji hipotesis berikut: 1) Variabel Kompetensi (K) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kompetensi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 2) Variabel Kualitas Pelayanan (KP) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi simultan adalah suatu besaran yang mengukur tingkat keeratan hubungan variabel-variabel bebas secara simultan terhadap niat beli yang disajikan pada Tabel 16 sebagai berikut :

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,700	0,490	0,480	3,206

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah)

Nilai koefisien R Square sebesar 0,490. Nilai tersebut mendekati angka satu, sehingga bisa dinyatakan bahwa variabel kompetensi dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 49,0% dan sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh variabel variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian.

Pembahasan

Kompetensi Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya Kompetensi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa peningkatan Kompetensi yang semakin tinggi akan memiliki dampak positif pada peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PT. Borneo Lintas Dunia. Berdasarkan analisis data kuesioner, kompetensi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Borneo Lintas Dunia. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata tanggapan responden pada variabel Kompetensi, di mana indikator Keterampilan mencatat nilai tertinggi dengan mean sebesar 4,23. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan yang dimiliki karyawan PT. Borneo Lintas Dunia memberikan kontribusi besar terhadap kompetensi dengan kepuasan pelanggan. Nilai rata-rata keseluruhan dari tanggapan pada variabel Kompetensi adalah 4,02 yang menunjukkan bahwa pelanggan setuju dengan pernyataan-pernyataan mengenai kompetensi karyawan di PT. Borneo Lintas Dunia. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Priansa (2017) kompetensi adalah peta kapasitas karyawan atas atribut

pekerjaan yang diembannya, yang merupakan kumpulan dari kemampuan, keterampilan, pengalaman, kematangan, keefektifan, keefisienan, dan kesuksesan dalam mengemban tanggung jawab pekerjaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2023) di *Bank Jatim Malang Branch* yang menunjukkan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial, dan kompetensi merupakan salah satu faktor dominan dalam meningkatkan tingkat kepuasan nasabah di perbankan.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang semakin tinggi akan memiliki dampak positif pada peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PT. Borneo Lintas Dunia. Nilai rata-rata dari tanggapan responden menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mendapatkan nilai tertinggi pada indikator Reliabilitas, dengan mean 4,30. Hal ini menunjukkan bahwa reliabilitas (keandalan) pada layanan PT. Borneo Lintas Dunia memberikan kontribusi besar terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata tanggapan untuk seluruh variabel Kualitas Pelayanan adalah 4,15, yang termasuk dalam kategori "setuju". Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PT. Borneo Lintas Dunia setuju bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmarini et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Dewi & Suryani (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data dan hasil analisis yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan kompetensi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Borneo Lintas Dunia. Semakin meningkatnya keterampilan kompetensi karyawan maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Borneo Lintas Dunia. Semakin meningkatnya reliabilitas atau kemampuan karyawan dalam memberikan layanan dengan segera dan akurat akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut disarankan agar perusahaan perlu secara konsisten mengadakan pelatihan dan pengembangan kompetensi karyawan, baik dalam bentuk pelatihan teknis (*hard skills*) maupun pelatihan pelayanan dan komunikasi (*soft skills*). Program pelatihan dapat dilakukan secara berkala agar karyawan selalu mengikuti perkembangan industri jasa perjalanan. Selain itu, evaluasi kinerja dan pemberian umpan balik secara rutin juga perlu dilakukan untuk memastikan peningkatan kompetensi berjalan efektif. Perusahaan juga disarankan untuk menetapkan standar operasional prosedur (SOP) pelayanan yang jelas dan terukur guna menjaga konsistensi layanan. Fokus utama perlu diberikan pada aspek reliabilitas, responsivitas, dan ketepatan pelayanan. Monitoring kualitas pelayanan melalui survei kepuasan pelanggan secara berkala juga penting untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

DAFTAR REFERENSI

- Damayanti, D. (2023). Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank Jatim Malang Branch. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 45–56.
- Dewi, N., & Suryani, R. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 9(1), 12–22.
- Emon, A., & Khan, S. (2024). Service quality and customer satisfaction in the hospitality industry: An empirical study. *International Journal of Hospitality Management*, 47(3), 110–123.
- Khairawati, K. (2021). Kepuasan pelanggan sebagai ukuran evaluatif pengalaman konsumsi. *Jurnal Ilmiah Administrasi dan Manajemen*, 15(1), 33–42.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, R., & Hidayat, T. (2021). Pengaruh kompetensi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pariwisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(2), 77–89.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Priansa, D. J. (2017). *Kompetensi sumber daya manusia dalam organisasi*. Rajawali Pers.
- Putri, S. (2021). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Layanan*, 4(1), 21–31.
- Rizky, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa transportasi. *Jurnal Manajemen Transportasi*, 3(2), 45–53.

- Sari, D. (2023). Evaluasi kepuasan pelanggan dalam jasa travel. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 55–65.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmarini, R., Putra, A., & Wulandari, F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 88–97.
- Wibowo, A. (2016). *Manajemen kompetensi: Strategi meningkatkan kinerja SDM*. Rajawali Pers.