

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

Riska Nur Anjani^a, Hersusetiyati^b

^{a,b}Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Sangga Buana YPKP, Bandung

Riskaanjani5555@gmail.com

ABSTRAK

Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal mudah untuk dilakukan, terdapat masalah masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan pelanggan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan yaitu berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan sebuah perusahaan kepada pelanggannya. Agar dapat memenuhi kebutuhan akan layanan pengiriman barang yang semakin tinggi serta harapan pelanggan sebagai sasaran utamanya, J&T Express memerlukan pemahaman terhadap pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express Cipadung Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan. Tujuan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Setelah peneliti menganalisa permasalahan yang telah ditemukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan tidak terdapat pengaruh secara signifikan sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Service that aims to obtain customer satisfaction is not an easy thing to do, there are problems in managing a company's services and the failure to satisfy customers that is usually faced by both companies and customers, which is related to the quality of service provided by a company to its customers. In order to meet the growing need for freight forwarding services and customer expectations as its main target, J&T Express requires an understanding of customers. This study aims to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty using J&T Express Cipadung Bandung city delivery services either partially or simultaneously. The purpose of this study is to determine how much influence service quality and customer satisfaction have on customer loyalty. This research uses quantitative associative method using purposive sampling technique. This study uses multiple linear regression analysis. The testing technique used in this study is the validity and reliability test, and the data analysis technique uses the classical assumption test, F test, t test, and the coefficient of determination. After the researchers analyzed the problems that had been found regarding the effect of service quality on the customer loyalty variable, there was no significant effect, while the customer satisfaction variable on the customer loyalty variable had a significant effect.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

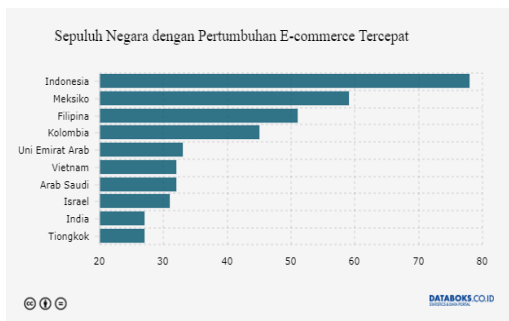
Sekarang ini, kegiatan jual beli tidak hanya dapat dilakukan dengan bertemu langsung. Teknologi digital membuat semua

proses berjualan dan belanja jadi lebih mudah. Salah satu aktivitas *buy and sell*, yang banyak diminati saat ini adalah melalui *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* diindonesia

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

bisa dikatakan sangat pesat. Apabila dibandingkan dengan Negara lain yang ada disekitar.

$$f = m x a \tag{1}$$



Gambar 1.1

Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Terecepat

Seperti gambar diatas, yaitu e-commerce semakin menjamur seiring dengan berjalannya waktu. Tentunya hal ini juga menyesuaikan dengan permintaan pasar yang semakin menggandrungi kegiatan berbelanja online. Pertumbuhan yang sangat cepat ini karena masyarakat sudah menempatkan e-commerce sebagai gaya hidup. Bahkan ada yang menganggap, jika tidak ikut berbelanja online dinilai ketinggalan jaman. Dengan potensi bisnis e-commerce yang sangat besar itu, diharapkan perusahaan lokal bisa memanfaatkan potensinya agar bisa menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Dan, hal ini yang telah dilakukan perusahaan jasa pengiriman dan logistik, J&T.

J&T Express berjuang untuk membantu dan mendukung pertumbuhan e-commerce Indonesia. Dengan adanya pengiriman jalur darat bertujuan untuk meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan jalur darat tidaklah mudah, salah satu caranya yaitu memanfaatkan loyalitas pelanggan. Sehingga pelanggan yang ingin mengirim barang dari pelosok ataupun tempat jauh dapat teratasi. Pelayanan yang bertujuan memuaskan pelanggan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan yaitu berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan sebuah perusahaan, terdapat beberapa masalah dalam pengelolaan suatu pelayanan perusahaan tersebut.

J&T Express merupakan perusahaan express terbesar yang memberikan fasilitas *tracking* paket sesuai dengan *realtime*, dukung dengan system IT yang canggih, J&T Express telah melakukan suatu terobosan salah satunya dengan *operating nonstop for 365 days in a year* (Tjiptono, 2004). Pelanggan dapat mengakses *free* jemputan ditempat mana saja dan kapan saja melalui *website*, *smartphone app*, dan *contact center*.

Tidak hanya itu, J&T Express telah berhasil menarik beberapa perusahaan e-commerce besar di Indonesia seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan Lazada untuk dapat bekerja sama dan menjadi solusi cepat dalam permasalahan pengiriman paket ke berbagai daerah pada e-commerce. Jasa pengiriman barang J&T Express di Indonesia ini kehadirannya telah memberikan suatu perubahan yang sangat besar bagi jasa pengiriman barang di Indonesia dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Jasa pengiriman barang J&T Express ini tidak ragu-ragu untuk mengembangkan banyak cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, dalam satu tahun J&T Express menjangkau seluruh Indonesia sehingga dapat menjadi salah satu perusahaan pertama. Dengan memiliki sistem kontrol internal tanpa menggunakan pihak ketiga dapat meningkatkan efektivitas dan stabilitas pengiriman barang secara menyeluruh. Penghargaan yang telah didapatkan pada tahun 2020 ialah J&T Express masuk kategori *Top Brand* seperti yang di tunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Top Brand 2020

BRAND TBI	TOP
JNE	27.3%
J&T	21.3%
TIKI	10.8%
POS INDONESIA	7.7%

Sumber : www.Top-Brand.com, 2020 [3]

Tabel diatas menggambarkan bahwa J&T Exspress menjadi *Top Brand Award 2020* dengan memasuki *Top Brand* dengan index 21.3% . J&T Ekpress menjadi salah satu jasa pengiriman unggulan di mata konsumen Indonesia dalam waktu singkat walau hanya pemain baru dalam pasar jasa pelayanan pengiriman barang. J&T Express menduduki peringkat ke 2 dibawah para pesaingnya seperti Tiki dan Pos Indonesia. Maka dari itu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan perlu diperhatikan oleh jasa pengiriman J&T untuk menarik pelanggan yang loyal.

Agar dapat memenuhi kebutuhan akan layanan pengiriman barang yang semakin tinggi serta harapan pelanggan sebagai sasaran utamanya, J&T Ekspress memerlukan pemahaman terhadap pelanggan, yaitu mengenai apa yang diinginkan pelanggan dan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Pelanggan tidak hanya ingin barang sampai pada tempat tujuan akan tetapi juga ingin pelayanan yang baik. Pelanggan akan puas jika barang yang dikirim sampai di tujuan dalam tepat waktu dan dalam keadaan aman dan utuh, ditimbang secara akurat, dan tarif yang diberikan tidak terlalu mahal.

Untuk dapat meningkatkan pelayanan pengiriman barang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perusahaan harus mengadakan peninjauan dengan cara meneliti dan memahami hal-hal yang dapat mempengaruhi pengguna jasa pengiriman barang J&T Ekspress. Persaingan yang ketat didunia bisnis dibidang jasa kurir, memaksa manajemen untuk bekerja lebih keras dalam menganalisis situasi dan kondisi yang dihadapi, sehingga dapat bertahan atau bahkan mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin hari dapat berubah.

Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Mendengarkan pelanggan merupakan hal penting dalam manajemen hubungan pelanggan untuk menciptakan pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Dewasa ini perusahaan harus lebih baik lagi memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya karena internet menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita buruk dengan cepat dan juga berita baik dengan ke seluruh dunia. Kepuasan juga tergantung pada

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yaitu totalitas fitur dan karakteristik jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kepuasan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk mempertahankan bisnis dan dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan lain. Dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan pengiriman barang harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya dengan harapan konsumen akan melakukan pembelian jasa ulang atau menyatakan hal-hal yang baik kepada orang lain tentang jasa pengiriman tersebut sehingga pelanggan menjadi loyal.

Bila seorang konsumen merasa puas akan jasa yang telah digunakan, maka besar kemungkinan orang tersebut akan melakukan pembelian ulang. Loyalitas dalam pembelian jasa dari pelanggan sangat penting untuk kelancaran bisnis. Perusahaan diharapkan tidak hanya mencari calon pengguna jasa pengiriman barang yang baru tetapi perusahaan harus juga menjaga loyalitas dari pengguna jasa yang lama. Setelah pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang dan merasa puas, maka dari rasa puas yang telah didapatkan konsumen akan menimbulkan loyalitas dalam penggunaan jasa kembali. Adapun beberapa fenomena yang menjadi penyebab kurangnya loyalitas pelanggan akhir-akhir ini yakni lambatnya pengiriman barang tidak tepat waktu dan kurang tanggap atas keluhan dan complaint pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cipadung, sehingga untuk mendapat pelayanan dari jasa pengiriman J&T Express ini pelanggan harus menunggu lama, karena kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Maka dari itu, pelanggan berfikir dua kali untuk kembali menggunakan jasa pengiriman barang pada tempat tersebut. Setelah memahami latar belakang terkait pengguna jasa pengiriman barang tersebut, maka akan diketahui hal-hal yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang akan dilakukan terkait ‘‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cipadung Kota Bandung’’.

Administrasi Bisnis

Administrasi Bisnis merupakan suatu tata susunan yang mengklasifikasikan dan menjelaskan setiap tahap-tahap pekerjaan dalam bisnis yang disajikan secara jelas dan tegas serta terencana (Fahmi: 2015).

Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (J&T Express: 2015). Dengan kata lain mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Pasuraman).

Menurut Parasuraman dan kawan-kawan, menentukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima dimensi pokok. Lima dimensi pokok tersebut meliputi (J&T Express, 2015):

1. Bukti Langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, pegawai dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.

5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan atau konsumen adalah pihak yang memaksimalkan nilai, mereka membentuk harapan akan nilai nilai dan bertindak berdasarkan itu. Pembeli akan membeli dan perusahaan yang memberikan nilai pelanggan tertinggi, yang didefinisikan sebagai selisih antara total nilai pelanggan dan total biaya pelanggan. Menurut Engel, et al, mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (J&T Express, 2015).

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan, terdapat tiga dimensi kepuasan pelanggan yaitu (Nurdiansyah, 2015):

1. *Satisfaction Toward Quality*, yaitu kepuasan terhadap kualitas produk dan untuk servis industri, kualitas merujuk kepada kualitas pelayanan.

2. *Satisfaction toward Value*, yaitu kepuasan terhadap harga dengan tingkat kualitas yang diterima.

3. *Perceived Best*, yaitu untuk mengetahui keyakinan apakah merk produk yang digunakan adalah yang terbaik kualitasnya dibandingkan dengan merk produk pesaing lainnya.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin ‘‘*Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some division making unit*. Artinya, loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian ulang terhadap barang/layanan suatu perusahaan yang dipilih (Junaidi: 2010).

Dimensi Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin ada beberapa karakteristik loyalitas pelanggan antara lain (Junaidi, 2010):

1. Kesetiaan terhadap pembelian produk, melakukan pembelian ulang secara teratur (*Maks regular repeat purchase*)

2. Membeli diluar lini produk atau jasa (*Purchase across product and service lines*)

3. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*Demonstrate an immunity to the full of the competition*)

4. Mereferensikan produk atau jasa kepada orang lain (*Refers other*).

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

Peneliti menemukan beberapa karya tulis (skripsi dan jurnal) yang relevan dengan penelitian yang sedang diteliti diantaranya:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

Judul dan Nama Peneliti	Variabel dan Analisis Teknik Data	Hasil Penelitian	Perbedaan
Skripsi 2019, Melania Desanti Rahayu [8]. Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan . Studi pada Pelanggan Toko Kosmetik Aman Pekalongan.	Variabel : Variabel Bebas Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) Variabel Terikat Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik Analisis Data : Analisis Linier Regresi Berganda.	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.	Pada penelitian ini memiliki perbedaan yaitu focus masalah dan lokasi penelitian. Dimana peneliti ini memfokuskan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mrngukur seberapa besar pengaruh tingkat loyalitas pelanggan pada Toko Kosmetik Aman Pekalongan .
Jurnal 2016, Tengku Putri Lindung Bulan [9]. Judul : Pengaruh kualitas layanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT.Tiki Jalur Nugraha	Variabel : Variabel bebas: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2). Variabel Terikat Loyalitas Konsumen (Y). Teknik Analisis Data : Analisis Linier Regresi Berganda.	Bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan juga harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada PT.TIKI.	Dalam penelitian ini terdapat perbedaan variabel X yaitu Kualitas pelayanan dan Harga. Dan juga memiliki perbedaan dalam lokasi penelitian yang bertempat di PT.Tiki Jalur Nugraha
Ekakurir Agen Kota Langsa	Teknik Analisis Data : Regresi Linier Berganda		Ekakurir Agen Kota Langsa.
Skripsi 2015, Jemy Nurdiansyah [10]. Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Moeslim Chicken Di mendungan Kartasura.	Variabel : Variabel bebas : Kualitas pelayanan (X1). Variabel terikat : loyalitas pelanggan (Y). Teknik Analisis Data : Regresi Berganda	.Bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.	Pada penelitian ini memiliki perbedaan yaitu fokus masalah dan lokasi penelitian. Dimana peneliti ini memfokuskan peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Moeslim Chicken di Mendungan Kartasura.
Skripsi 2017, Helisia Krisdayanti [11]. Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah	Variabel : Variabel bebas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen (X2). Variabel Terikat Loyalitas Konsumen (Y). Teknik Analisis Data :	Secara perial atau uji t kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Seara uji t kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.	Pada penelitian ini memiliki perbedaan yaitu lokasi penelitian. Dimana peneliti ini memfokuskan peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Kertapati JayaIndah Palembang.

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

Judul dan Nama Peneliti	Variabel dan Analisis Teknik Data	Hasil Penelitian	Perbedaan	No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
Palemboan	Regresi Linier berganda.					Keandalan (Reability)	Mengutamakan pengiriman barang tepat waktu.	2	Ordinal
Jurnal 2020, Windha Trisetiyo Wati, Imelda Aprieleny, Jayanti Apri Emarawati [12].	Variabel I : Variabel Bebas Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Konsumen (X2) dan Promosi (X3). Variabel terikat Loyalitas Konsumen (Y). Teknik Analisis Data: Regresi Linier Berganda	Bahwa secara persial, pengaruh kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan secara persial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan promosi loyalitas pelanggan.	Dalam penelitian ini terdapat perbedaan variabel X yaitu Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan dan Promosi. Dan juga memiliki perbedaan dalam lokasi penelitian yang bertempat di The Media Hotel & Towers Jakarta.	2	Kepuasan Pelanggan (X2)	Empati (Emphaty) Satisfaction Toward Quality (Kepuasan terhadap kualitas pelayanan) Satisfaction Toward Value (kepuasan harga dan tingkat kualitas yang diterima) Perceived Best (keyakinan pada merk produk yang digunakan) Kesetiaan pembelian produk	Bersedia membantu pelanggan. Merasa puas dengan layanan yang diberikan dan Bersedia kembali menggunakan jasa. Merasa puas dengan harga yang diberikan sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan. Tidak akan menggunakan jasa pengiriman yang lain. Tetap menggunakan jasa pengiriman barang J&T.	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	Ordinal
				3	Loyalitas pelanggan (Y)	Membeli diluar ini produk atau jasa Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Mereferensikan produk kepada orang lain.	Tidak menggunakan jasa pengiriman lain. Tidak mudah terpicak akan peenawaran yang diberikan para competitor J&T. Merekomendasikan kepada semua orang	10, 11, 12	Ordinal

Sumber: Diolah oleh peneliti (2021)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian Asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengotrol suatu gejala (Sugiyono, 2019).

Operasionalisasi Variabel Dalam penelitian ini menggunakan tiga variable dimana kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) sebagai variable independen dan Loyalitas pelanggan (Y) sebagai dependen.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 1.3
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Bukti Fisik (Tangibles)	Memperhatikan kebersihan dan kenyamanan.	1	Ordinal

Sumber : Diolah oleh peneliti (2021)

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Adapun alternative jawaban kuesioner ini dengan skor sebagai berikut:

Tabel 1.4

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

Skor Skala Likert

Keterangan	Simbol	Bobot Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2010:94)]

Populasi dalam penelitian ini terdapat dua bagian yang akan dijadikan sebagai populasi yaitu :

1. Populasi umum
Orang yang pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express Cipadung.
2. Populasi Khusus
 - a. Laki-laki dan Perempuan minimal usia 17 tahun.
 - b. Orang yang berdomisili Ujungberung-Cibiru Kota Bandung.

Karena jumlah populasi pelanggan J&T Express tidak diketahui maka Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan sebagai data responden adalah rumus Cochran. Seperti dibawah ini :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (2)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam ampel 95%

p = Peluang besar 50%

q = Peluang salah 50%

e = tingkat kesalahan error 10%

Pada tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95%, dimana nilai Z meperoleh nilai sebesar 1,96. Maka jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04. Jadi sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 96 pelanggan jasa pengiriman J&T Express.

Data yang diperoleh kemudian ditabulasi menggunakan Microsoft office excel, kemudian dianalisis secara statistik menggunakan aplikasi IBM SPSS statistic 25. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengujian normalitas sebagai dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan Kolmogrov-Smirnov sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan

nilai *Tolerance* (Top Brand, 2020). Kriteria yang digunakan adalah :

- a. Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai *Tolerance* ≥ 0,10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, Jika berbeda disebut heterokedastisitas (Wati & Emarawati, 2020). Dengan menggunakan uji Glesjer.

Dasar analisis:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Karena dalam penelitian ini terdapat dua variabel dependen yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan satu variabel independen yaitu loyalitas pelanggan maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda

Analisis data ini diolah dengan komputerisasi dengan menggunakan program *Statistical Package For Sciences (SPSS) for windows*. Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel bebas (dependen) terhadap variabel terikat (independen) dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2019);

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \quad (3)$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi yang akan dihitung

Uji hipotesis dipakai untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menguji signifikansi hubungan maka perlu diuji signifikansinya. Rumus uji signifikansi korelasi produk momet ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (4)$$

Dimana : t = nilai t hitung r = koefisien korelasi hasil t hitung

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

n = jumlah responden

Harga t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga t table untuk $\alpha = 5\%$ dan $df = n-k$.

Maka kriteria pengujian yang dilakukan adalah :

$H_0 : \mu = 0$ (tidak ada hubungan)

$H_a : \mu \neq 0$ (ada hubungan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama – sama atau simultan terhadap variabel dependen. Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi ganda dihitung dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

$$Fh = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (5)$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

Kriteria pengujian yang dilakukan adalah :

a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$. maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur suatu tingkat ketepatan atau kecocokan dari regresi linier berganda. Jika, $R^2 = 1$ berarti besarnya presentase sumbangan X_1, X_2 terhadap suatu variasi (naik = turun) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka cocok pada garis regresi untuk meramalkan Y.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.5

Tanggapan Respponden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Skor
		-5	-4	-3	-2	-1	
1	J&T selalu memperhatikan kebersihan dan kenyamanan.	39	42	12	2	1	404
2	J&T selalu mengutamakan pengiriman barang tepat waktu.	38	44	13	1	0	407

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Skor
		-5	-4	-3	-2	-1	
3	J&T memberikan layanan cepat tanggap atas keluhan dan complaint.	35	47	12	2	0	403
4	J&T memiliki fasilitas yang mendukung tentang keamanan barang yang akan dikirim.	37	47	11	1	0	408
5	J&T selalu bersedia membantu pelanggan.	42	36	17	1	0	407

Jumlah	2029
Rata-rata = 2029 / 5	405,8

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Jadi, dilihat dari skor pada tabel 5 kualitas pelayanan bahwa skor cepat tanggap memperoleh skor 403 dengan skor terendah. Artinya variabel kualitas pelayanan yang ditetapkan, pelayanan sesuai harga, pengiriman tepat waktu dan keamanan barang membuat pelanggan sangat senang dan nyaman saat menggunakan jasa pengiriman J&T Express Cipadung.

Berikut adalah rekapitulasi pada variabel kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.6

Tanggapan Respponden Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Skor
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
1	Saya merasa puas dengan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan	47	39	7	2	1	417
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	41	47	6	2	0	415
3	Saya tidak akan menggunakan jasa pengiriman yang lain	31	34	26	4	1	378
4	Saya akan menjadikan J&T sebagai prioritas dalam pengiriman barang	31	31	27	7	0	374
Jumlah		1584					1584
Rata-rata = 1584 / 4							396

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Jadi, dilihat dari skor pada tabel 6 kepuasan pelanggan bahwa skor pelanggan dalam memilih J&T sebagai prioritas pengiriman barang memperoleh skor 374 dengan skor

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

terendah. Artinya variabel kepuasan pelanggan yang ditetapkan, sangat besar dengan mempertimbangkan harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan merekomendasikan kepada orang lain yang menciptakan kepuasan.

Berikut adalah rekapitulasi pada variabel loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.7

Tanggapan Respponden Terhadap Loyalitas Pelanggan						
No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1) Skor
1	Saya sering menggunakan jasa pengiriman J&T Express	34	37	20	5	0 388
2	Saya akan tetap menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express	31	35	26	4	0 381
3	Saya akan merekomendasikan kepada semua orang	28	32	29	3	1 362
4	Saya tidak mudah terpicat akan penawaran yang diberikan para competitor J&T Express.	25	30	35	5	1 361
Jumlah		1492				
Rata-rata = 1492 / 4		373				

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2022)

Jadi, dilihat dari skor pada tabel 7 loyalitas pelanggan bahwa skor tanggapan pelanggan yang tidak mudah terpicat akan penawaran yang diberikan para competitor J&T Express memperoleh skor 361 dengan skor terendah. Artinya variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi hal pertimbangan loyalitas pelanggan.

Uji validitas ini bertujuan untuk menguji masing-masing yang sudah digunakan dalam penelitian ini, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach dapat menggunakan kategori berikut:

- Alpha Cronbach <0,6 = reliabilitas buruk
- Alpha Cronbach 0,6 – 0,79 = reliabilitas diterima
- Alpha Cronbach >0,8 = reliabilitas baik

Dasar pengambilan uji validitas pearson yaitu:

- Perbandingan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan r_{tabel}
 - Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
 - Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ =Tidak valid

Maka cara mencari nilai r_{tabel} dengan N=96 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r_{tabel} statistic maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,201.

- Melihat nilai signifikan (sig)
 - Jika nilai signifikansi < 0,05 = valid
 - Jika nilai signifikansi > 0,05 = Tidak Valid

Tabel 1.8

Hasil Uji Validitas Data Kualitas Pelayanan			
Item pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
X1.1	0.845	0.201	Valid
X1.2	0.717	0.201	Valid
X1.3	0.815	0.201	Valid
X1.4	0.698	0.201	Valid
X1.5	0.691	0.201	Valid

Sumber data lampiran SPSS25 (2022)

Tabel 1.9

Hasil Uji Validitas Data Kepuasan Pelanggan			
Item pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
X2.1	0.773	0.201	Valid
X2.2	0.904	0.201	Valid
X2.3	0.839	0.201	Valid
X2.4	0.810	0.201	Valid

Sumber : lampiran data SPSS 25 (2022)

Tabel 1.10

Hasil Uji Validitas Data Loyalitas Pelanggan			
Item Pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
Y3.1	0.773	0.201	Valid
Y3.2	0.904	0.201	Valid
Y3.3	0.839	0.201	Valid
Y3.4	0.810	0.201	Valid

Sumber : lampiran data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan table hasil uji validitas diatas dalam pengujian validitas data yang ditunjukkan pada semua item pernyataan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid, semua item kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan semua item pernyataan loyalitas pelanggan dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha. Jika nilai alpha > 0,60 maka reliabel dan nilai alpha < 0,06 berarti pernyataan tersebut tidak reliabel.

Tabel 1.11
Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.793	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.835	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0.835	Reliabel

Sumber : lampiran data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 11 diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,793 > 0,6 dinyatakan reliabel, variabel kepuasan pelanggan adalah 0,835 > 0,6 dinyatakan reliabel dan variabel loyalitas pelanggan adalah 0,835 > 0,6 dinyatakan reliabel.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis distribusi normal atau tidak. Data dapat

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

dikatakan normal apabila Sig > 0,05. Berikut adalah hasil uji normalitas data menggunakan SPSS 25 :

Tabel 1.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0
	Std. Deviation		1.9415273
Most Extreme Differences	Absolute		0.129
	Positive		0.095
	Negative		-0.129
Test Statistic			0.129
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
	Sig.		.075 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	99% Lower Bound		0.068
	Confidence Interval Upper Bound		0.081

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 96 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 12, hasil dari uji normalitas untuk *One-sample Kolmogorov-smirnov Test* 96 sampel dapat diketahui bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0.075 yang mana nilainya lebih besar dari 0,05 atau 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi norma.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi variabel bebas (independen). Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance* (Top Brand, 2020)

Kriteria yang digunakan adalah :

- a. Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai *Tolerance* ≥ 0,10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 1.13
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
1	kualitas pelayanan	0.441	2.266
	kepuasan pelanggan	0.441	2.266

- a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Olah Data Primer SPSS25 (2022)

Berdasarkan pada tabel 13 diatas maka dapat diketahui VIF untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut :

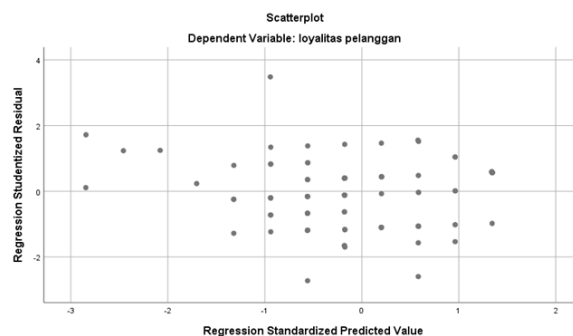
- 1) Nilai VIF untuk pada variabel kualitas pelayanan sebesar $2.266 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0.441 > 0,10$ sehingga variabel kualitas pelayanan dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- 2) Nilai VIF untuk pada variabel kepuasan pelanggan sebesar $2.266 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0.441 > 0,10$ sehingga variabel kepuasan pelanggan dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji heterokedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Model resgresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadinya heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dalam penelitian ini maka dilakukan dengan analisis grafik, melihat grafik *scartter plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu dengan ZPRED dan residualnya SRESID, dimana sumbu nilai Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residualnya (Y prediksi Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*.

Dasar analisis dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. maka tidak terjadi heterosedesitas.

$$f = m \times a \quad (2)$$



Gambar 1.2

Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan pada gambar 2 *scatterplott* diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Serta tersebar baik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dan model ini layak dipakai untuk memprediksi suatu pengaruh variabel loyalitas pelanggan berdasarkan masukan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Teknik analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur suatu pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), kepuasan pelanggan (X2) dan variabel loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 1.14
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.539	1.465		0.368	0.714
1 kualitas pelayanan	0.002	0.101	0.002	0.021	0.983
kepuasan pelanggan	0.915	0.115	0.777	7.934	0

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber: Olahan Data SPSS25 (2022)

$$Y = 0,539 + 0,002X_1 + 0,915X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan seperti dibawah ini:
a= Konstanta memperoleh nilai 0.539, artinya jika kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) atau konstanta X=0 maka nilai a konstanta yaitu positif.

b1= Koefisien regresi variabel pada kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,002 artinya jika kepuasan pelanggan mengalami kenaikan 1% maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,002.

b2= Koefisien regresi variabel pada kepuasan pelanggan (X2) sebesar 0,915 artinya jika kepuasan pelanggan mengalami kenaikan 1% maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,915.

Pada uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh setiap variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

Tabel 1.15
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.539	1.465		0.368	0.714
1 kualitas pelayanan	0.002	0.101	0.002	0.021	0.983
kepuasan pelanggan	0.915	0.115	0.777	7.934	0

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber: Olahan Data SPSS25 (2022)

Berdasarkan pada tabel 15, berikut ini dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial :

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil uji pada variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) memperoleh nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 0.021, sedangkan t_{tabel} adalah sebesar 1.989 t_{tabel} tersebut didapatkan dengan melihat derajat bebas (df) dan taraf signifikansi, dan taraf signifikansinya sebesar 0.983 lebih besar dari 0,05. Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.021 < 1.989$), dan nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikansi (α) 0,05 ($0.983 > 0.05$), maka hipotesis ini tidak diterima, artinya kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Jasa Pengiriman J&T Express Cipadung.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Hasil dari uji pada variabel kepuasan pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) memperoleh nilai t_{hitung} pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 7.934, nilai t_{tabel} sebesar 1.989 t_{tabel} tersebut didapatkan dengan melihat derajat bebas (df) dan taraf signifikansi, nilai taraf signifikansinya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.934 > 1.989$), dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi (α) 0,05 ($0.000 < 0.05$), maka hipotesis ini diterima, artinya kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Jasa Pengiriman J&T Express Cipadung.

Pada uji F menunjukkan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Dapat dilihat bahwa dari hasil analisis regresi linier berganda nilai F ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 1.16
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	551.551	2	275.776	71.619	.000 ^b
Residual	358.105	93	3.851		
Total	909.656	95			

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

b. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 16 Uji Anova diatas, diperoleh nilai dari F_{hitung} sebesar 71.619 dengan tingkat probabilitas signifikannya 0,000. Karena hal signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan atau dengan kata lain bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Jasa kirim J&T Express Cipadung.

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui suatu presentase pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan pelanggan (X2) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 1.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	0.606	0.598	1.96229

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan
b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 17 uji koefisien determinasi di atas, terlihat bahwa Adjusted R Square memperoleh nilai sebesar 0,598 yang artinya bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dengan nilai sebesar 59,8%, maka akan dikatakan sangat baik. Sedangkan sisanya 40,2 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

Adapun hasil dari penelitian dengan menggunakan metode yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut :

Hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas dari ketiga variabel tersebut pada setiap itemnya dengan olah data menggunakan SPSS dinyatakan Valid.

Hasil dari uji parsial (T) pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai $0,002 < 1,989$ dengan signifikasinya sebesar $0,983 > 0,05$. Pada variabel kepuasan pelanggan (X2) diperoleh nilai $7,934 > 1,989$ dengan signifikasinya $0,000 > 0,05$. Maka dari hasil uji T dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil dari uji simultan (F) Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terlihat diperoleh nilai dari F_{hitung} sebesar 71.619 dengan tingkat probabilitas signifikannya 0,000. Karena hal signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan R Square memperoleh nilai sebesar 0,598 yang artinya bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dengan nilai sebesar 59,8%, maka akan dikatakan sangat baik. Sedangkan sisanya 40,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

Dari hasil olah data tersebut dapat dijelaskan dan diketahui berapa besar pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Dilihat dari temuan yang telah diteliti pada variabel kualitas pelayanan J&T Express Cipadung menurut responden kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang penting dalam melayani pelanggan seperti pengiriman barang tepat waktu, cepat tanggap atas keluhan dan complaint, keamanan barang merupakan keinginan setiap

pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari temuan yang telah diteliti pada variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menurut responden kepuasan pada penggunaan jasa kirim J&T Express yaitu diciptakan dengan adanya keinginan yang terpenuhi, maka dari itu jasa kirim J&T Express harus menyesuaikan dengan keinginan pelanggan seperti Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan, kualitas pelayanan yang baik. Karena loyalitas pelanggan diciptakan oleh pelanggan yang puas dengan jasa yang telah diberikan sehingga pelanggan menjadikan J&T Express sebagai prioritas utama dalam penggunaan jasa pengiriman barang.

Berdasarkan dari tanggapan responden pada variabel loyalitas pelanggan terdapat skor paling rendah yaitu tidak tertarik dengan adanya penawaran yang diberikan para competitor lain. Artinya meskipun pelanggan mendapatkan kepuasan dari layanan yang diberikan pelanggan tersebut bisa saja pelanggan loyal pada competitor lain, maka dari itu J&T Express harus berhati-hati dan meningkatkan kualitas pelayanan serta melakukan inovasi pada pelayanan yang sudah ada untuk mempertahankan pelanggan.

KESIMPULAN

Dengan berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terlihat diperoleh nilai dari F_{hitung} sebesar 71.619 dengan tingkat probabilitas signifikannya 0,000. Karena hal signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan R Square memperoleh nilai sebesar 0,598 yang artinya bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dengan nilai sebesar 59,8%, maka akan dikatakan sangat baik. Sedangkan sisanya 40,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak jasa kirim J&T Express Cipadung dan peneliti selanjutnya :

Bagi pihak J&T express berdasarkan dari hasil analisis penelitian ini maka peneliti akan memberikan beberapa saran dengan melihat hasil dari penemuan masalah dan hasil olah data setiap variabel yang telah diteliti. Maka dapat diharapkan pihak J&T Express melakukan pengembangan inovasi yang lebih baik terhadap pelayanan yang ada seperti penawaran harga yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan, diharapkan dapat cepat dan tanggap dalam complaint pelanggan untuk dapat mengantisipasi berbagai kebutuhan dan harapan pelanggan dimasa yang akan datang. Memperhatikan kebersihan dan kenyamanan tempat, Dan selalu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para petugas seperti kemampuan dalam keramahan, kesiapan,

Riska Nur Anjani, Hesusetiyati/Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung

pelayanan dan perhatian serta adanya jaminan keamanan barang yang akan dikirim.

Diharapkan juga lebih mampu dalam mengutamakan kepuasan pelanggan dan kepentingan pelanggan untuk memperthankan pelanggan yang sudah ada, karena dari hasil penelitian melalui kuesioner terdapat beberapa nilai negatif pada item yang diberikan oleh responden pada jasa pengiriman J&T Exspress Cipadung.

Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil peneliti ini bisa digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian, dan juga sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti : kualitas produk, keputusan pembelian. Selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan alat untuk pengolahan data selain SPSS.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

F. Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.

I. Fahmi. (2015). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

R. Daga, Citra. (2017). *Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.

R. Hurriyati. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen: Fokus pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis (Cetakan ke-15)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

P. Echo. (2016). *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Pangkalpinang: LAB KOM Manajemen FE UBB.

Jurnal:

H. Krisdayanti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang. UIN Raden Fatah. Palembang.

J. Nurdiansyah. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Moeslim Chicken di Mendungan Kartasura. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.

Junaidi (2010). *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Pusat Kajian dan Pendidikan Aparatur IV, Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia. Jakarta.

M. D. Rahayu (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Toko Kosmetik Aman. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

T. P. L. Bulan. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *J. Manaj. dan Keuanga* vol. 5, no. 2, pp. 592–602. Aceh.

W. T. Wati, I. Aprileny, and J. A. Emarawati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 17, no. 02, pp. 39–47. Jakarta

Internet:

Data Books. (2021, 5 Desember). Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat. *katadata.co.id*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/112286/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>.

J&T Express. (2022, 10 Maret). Express Company Profile-J&T Express. *jet.co.id*. Diakses dari: <https://jet.co.id/about/company>.

Top Brand. (2021, 5 Desember). Top Brand TBI Jasa Kurir Fase 2 2020". *topbrand-award.com*. Diakses dari: <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/jasa-kurir-fase-2-2020>).