



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS  
DI KOTA BINJAI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

**DESSY PERMATA SARI**

**1715310238**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
M E D A N  
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : DESSY PERMATA SARI  
NPM : 1715310238  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : STRATA SATU (S1)  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI

MEDAN, JUNI 2021

**KETUA PROGRAM STUDI**

(RAMADHAN HARAHAHAP, S.E., S. Psi. M.Si)

**DEKAN**



(Dr. ONNY MEDALINE, SH., M.Kn)

**PEMBIMBING I**

(MESRA B, SE., M.M)

**PEMBIMBING II**

(RAMADHAN HARAHAHAP, S.E., S. Psi. M.Si)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH  
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN**

**PERSETUJUAN UJIAN**

**NAMA : DESSY PERMATA SARI**  
**NPM : 1715310238**  
**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**  
**JENJANG : STRATA SATU (S1)**  
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI  
KOTA BINJAI**

**MEDAN, JUNI 2021**

**KETUA**

**(HASRUL AZWAR HASIBUAN, S.E., MM)**

**ANGGOTA - I**

**(MESRA B, S.E., MM)**

**ANGGOTA - II**

**(RAMADHAN HARAHAHAP, S.E., S. Psi. M.Si)**

**ANGGOTA - III**

**(CAHYO PRAMONO, S.E., MM)**

**ANGGOTA - IV**

**(RINDI ANDIKA, S.E., MM)**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DESSY PERMATA SARI  
NPM : 1715310238  
Fakultas/Program Studi : SOSIAL SAINS/MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN  
J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Unpab untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



Dessy Permata Sari  
1715310238

**SURAT PERNYATAAN**

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : DESSY PERMATA SARI  
N. P. M : 1715310238  
Tempat/Tgl. Lahir : BINJAI / 14 Agustus 1999  
Alamat : Jl. R.A.Kartini, No. 42 Kota Binjai  
No. HP : 08116278989  
Nama Orang Tua : IRNAN/ASNI BR BANGUN  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Manajemen  
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.





Acc Sampiro  
Sampiro 9/2/21  
Meskel B. SE, M. M.

Acc Sampiro  
Sampiro 1/2/2021  
Rahmatul H.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS  
DI KOTA BINJAI**

**PROPOSAL**

Okh :

**DESSY PERMATA SARI  
1715310238**

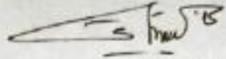
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**

PATRIOTISME HRP

5 Juni 2021

Acc Sidang Meja Hijau

Acc Sidang Meja Hijau



4 Juni '21



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS  
DI KOTA BINJAI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

**DESSY PERMATA SARI**

1715310238

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX: 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

## PERMOHONAN PRA PENGAJUAN TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : DESSY PERMATA SARI  
Tempat/Tgl. Lahir : BINJAI / 14 Agustus 1999  
Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310238  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Jumlah Kredit yang telah dicapai : 126 SKS, IPK 3.78

Dengan ini mengajukan judul skripsi sesuai dengan bidang ilmu, dengan judul:

No.	Judul	Persetujuan
1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha NMAX Pada PT. Alfa Scorpii Di Kota Binjai	<input type="checkbox"/>
3	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai	<input type="checkbox"/>

Medan, 08 Oktober 2020

Pemohon,

( Dessy Permata Sari )

Tanggal: 24 November 2020

Disetujui oleh :  
Dosen Pembimbing I :

( Mesra B, SE., MM )

Tanggal : 26 November 2020

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing II:

( Ramadhan Farahap, SE., S.Psi., M.Si )

No. Dokumen: FM-UPBM-18-01

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Kamis, 08 Oktober 2020 10:03:37



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

### PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : DESSY PERMATA SARI  
 Tempat/Tgl. Lahir : BINJAI / 14 Agustus 1999  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310238  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 126 SKS, IPK 3.78  
 Nomor Hp : 081260114280  
 Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI

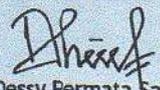
Catatan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

\*Coret Yang Tidak Perlu

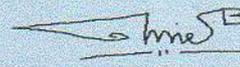
  
 Rektor I,  
 (Cahyo Pramono, S.E., M.M.)

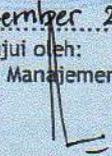
Medan, 10 Desember 2020

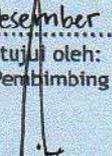
Pemohon,

  
 (Dessy Permata Sari)

Tanggal : .....  
 Disahkan oleh :  
 Dekan  
  
 (Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM.)

Tanggal : 14 Desember 2020  
 Disetujui oleh :  
 Dosen Pembimbing I :  
  
 (Mesra B, SE., MM)

Tanggal : 16 Desember 2020  
 Disetujui oleh :  
 Ka. Prodi Manajemen  
  
 (Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si.)

Tanggal : 16 Desember 2020  
 Disetujui oleh :  
 Dosen Pembimbing II :  
  
 (Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si.)



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808

MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

### LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DESSY PERMATA SARI  
NPM : 1715310238  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Mesra B, SE., MM  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI0

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
13 Februari 2021	Acc Seminar Proposal	Disetujui	
04 Juni 2021	Rapikan bentuk tabel. Bagian pembahasan ditambahkan penelitian terdahulunya.	Revisi	
07 Juni 2021	ACC Sidang Meja Hijau	Disetujui	
14 Juli 2021	Acc jilid luc	Disetujui	

Medan, 03 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,



Mesra B, SE., MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808

MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

### LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DESSY PERMATA SARI  
NPM : 1715310238  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si.  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI0

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
14 Februari 2021	ACC PROPOSAL	Disetujui	
09 Juni 2021	Acc	Disetujui	
18 Juli 2021	acc jilid lux	Disetujui	

Medan, 03 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,



Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Dosen Pembimbing I : Mesra B, SE., M.M  
 Nama Mahasiswa : DESSY PERMATA SARI  
 Jurusan/Program Studi : Manajemen  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310238  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan  
 Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
2 / 06 <sup>2021</sup>	Rapikan bentuk tabel dan pembahasan ditambahkan penelitian sebelumnya		
4 / 06 <sup>2021</sup>	Acc Meja hijau		

Medan, 01 Juni 2021  
 Diketahui/Disetujui oleh :  
 \_\_\_\_\_

Dosen Pembimbing I

Mesra B, SE., M.M



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Dosen Pembimbing II : Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si  
 Nama Mahasiswa : DESSY PERMATA SARI  
 Jurusan/Program Studi : Manajemen  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310238  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan  
 Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
	<del>CHAPTER</del> IV Perbaiki Tabel SPSS		
	<del>CHAPTER</del> IV Perbaiki Hasil penelitian		
	<del>CHAPTER</del> V Perbaiki Kesimpulan		
5/6 <sup>2021</sup>	<del>CHAPTER</del> V Tambahin lagi Sarannya Acc Sidang Meja Hijau		
18/7 <sup>2021</sup>	Acc jilid lux		

Dosen Pembimbing II

Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si

Medan, 01 Juni 2021

Diketahui/Ditandatangani oleh :  
 Dekan



Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Dosen Pembimbing I : Mesra B, SE, MM  
 Dosen Pembimbing II : Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi.M.Si  
 Nama Mahasiswa : DESSY PERMATA SARI  
 Jurusan/Program Studi : Manajemen  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310238  
 Jenjang Pendidikan : Strata I (S1)  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
5/2021 01	BAB I Perbaiki Latar Belakang Masalah		
12/2021 01	BAB II Perbaiki Teori dan Hipotesis		
25/2021 01	BAB III Perbaiki metapel		
9 FEB 2021	Acc Semula Proposal		

9/2/21

Mesra B. SE, MM

Medan, 08 Februari 2021

Diketahui/Disetujui oleh :  
Dekan,



Dr. Bambang Widjanarko,



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Dosen Pembimbing I : Mesra B., SE., MM  
 Dosen Pembimbing II : Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi. M.Si  
 Nama Mahasiswa : DESSY PERMATA SARI  
 Jurusan/Program Studi : Manajemen  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310238  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEDUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
18 Des 2020	Letak halaman, spasi, daftar pustaka	h	
8 Jan 2021	CHAPTER I : FENOMENA DIKUATKAN	h	
21 Jan 2021	CHAPTER II : SETIAP TEBRI HARUS ADA PD DAFTAR PUSTAKA	h	
4 Feb 2021	CHAPTER III METODE SESUAIKAN DENGAN KEBUNYAHAN	h	
17-FEB-2021	ACC SEMPRO	h	

Medan, 08 Februari 2021

Diketahui/Ditetujui oleh :

Dekan



Dr. Bambang Widjanarko,



**YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**  
Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp. (061)8455571 Fax. (061)8458077 Po Box 1099  
MEDAN – INDONESIA  
website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) email : [unpab@pancabudi.ac.id](mailto:unpab@pancabudi.ac.id)

---

Nomor : 2741 / 17 / R / 2021

Lamp : -

Hal : **Permohonan Riset/ Penelitian/ Observasi**

Kepada Yth,

**Bapak/Ibu Pimpinan PT. Global Jet Express (J&T Express)**

Di\_

Jl. Jendral Sudirman No. 401, Pekanbaru Binjai, Kecamatan Binjai Kota, Kota Binjai, Sumatera Utara 20742

Dengan hormat,

Sehubungan dengan permohonan mahasiswa Fakultas Sosial Sains untuk Penyusunan Skripsi/Tesis oleh :

N a m a : **Dessy Permata Sari**

N.P.M : 1715310238

Fakultas : Sosial Sains

Jurusan/Prog. Studi : Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai**

Bersama ini Kami sampaikan permohonan untuk melaksanakan riset di **PT. Global Jet Express (J&T Express)** sebagai bahan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Skripsi/Tesis mahasiswa tersebut diatas.

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas persetujuan dan kerjasama yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terimakasih

Medan, 24 Maret 2021

An Rektor,



**Cahyo Pramono, SE., MM.**

Bidang Akademik, Kemahasiswaan & Alumni

*Cc. File*



---

Kepada Yth,  
Universitas Pembangunan Panca Budi  
Fakultas Sosial Sains  
Di  
Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5  
Medan

Sehubungan dengan surat permohonan riset/penelitian/observasi mahasiswa Fakultas Sosial Sains untuk penyusunan skripsi/tesis oleh :

Nama : Dessy Permata Sari  
NPM : 1715310238  
Fakultas : Sosial Sains  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen

Maka, dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa berikut diperbolehkan untuk riset di J&T Express Cabang Binjai tetapi data-data hanya digunakan untuk kepentingan dalam penyusunan skripsi/tesis mahasiswa.

Binjai, 29 Maret 2021

Supervisor

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Eka Syahputra', written over the printed name.

(Eka Syahputra)

Analyzed document: **DESSY PERMATA SARI\_1715310238\_MANAJEMEN.docx** Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi\_License03

Comparison Preset: **Rewrite** Detected language:

Check type: **Internet Check**

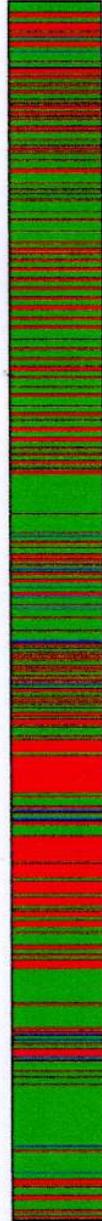


Detailed document body analysis:

Relation chart



Distribution graph:



Top sources of plagiarism: **61**

10998 http://repository.untag-sby.ac.id/121778/LAMP/RAH.pdf

## SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa saurat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagi pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.

  
Fhusli Muharram Ritonga, BA., MSc

No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI URUSAN PENGEMBANGAN USAHA & INOVASI

JL. Jend. Gatot Subroto Km 4, 5 Telp. (061) 30106060, (061)  
8456741 PO. BOX. 1099 Medan – Indonesia

<http://www.pancabudi.ac.id> Email: [ukmcenter@pancabudi.ac.id](mailto:ukmcenter@pancabudi.ac.id)



## SURAT PERNYATAAN ADMINISTRASI FOTO DI PKM-CENTER

Nomor : 127 /PKM/2021

Dengan ini, saya Kepala PKM UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti dari PKM sebagai pengesahan proses foto ijazah, selama masa COVID19 sesuai dengan edaran Rektor Nomor : 7594/13/R/2020 tentang pemberitahuan perpanjangan PBM Online, adapun nama mahasiswanya adalah :

Nama : DESSY  
PERMATA SARI

NPM : 1715310238

Prodi :  
MANAJEMEN

Demikian surat pernyataan ini disampaikan.

*NB : Segala penyelenggaraan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.*

Medan, 10/04/2021

Kaur

  
Roro Rian Agustin, S.Sos.,MSP  




**YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA**  
**PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**  
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 4327/PERP/BP/2021**

Kepala Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan atas nama saudara/i:

Nama : DESSY PERMATA SARI  
N.P.M. : 1715310238  
Tingkat/Semester : Akhir  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Jurusan/Prodi : Manajemen

Bahwasannya terhitung sejak tanggal 07 Juni 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku sekaligus tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 07 Juni 2021  
Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan

  
Rahmad Budi Utomo, ST., M.Kom

No. Dokumen: FM-PERPUS-06-01  
Revisi : 01  
Tgl. Efektif : 04 Juni 2015



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## BIRO PELAYANAN ADMINISTRASI AKADEMIK (BPAA)

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp. (061)8455571 Fax. (061)8458077 Po. Box 1099

MEDAN – INDONESIA

website:[www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id)email : [unpab@pancabudi.ac.id](mailto:unpab@pancabudi.ac.id)

### SURAT REKOMENDASI DOKUMEN PERMOHONAN SIDANG MEJA HIJAU

Kepala Biro Pelayanan Administrasi Akademik UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari BPAA sebagai proses rekomendasi dokumen permohonan sidang meja hijau selama masa pandemi Covid-19 sesuai dengan edaran Rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Dengan ini disampaikan bahwa Saudara/i :

**Nama** : Dessy Permata Sari  
**NPM** : 1715310238  
**Fakultas/Jurusan** : Sosial Sains / Manajemen  
**No Hp** : 08116278989  
**Ukuran Toga** : S

Telah dilakukan pemeriksaan dokumen permohonan sidang meja hijau dan sesuai dengan persyaratan yang ditentukan UNPAB.

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan semestinya.

Medan, 11 Juni 2021

Ka. BPAA

**Wirda Fitriani, S.Kom., M.Kom**

NB : Segala penyalahgunaan atau pelanggaran atas surat ini akan diproses sesuai ketentuan yang berlaku di UNPAB

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 11 Juni 2021  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DESSY PERMATA SARI  
 Tempat/Tgl. Lahir : BINJAI / 14 Agustus 1999  
 Nama Orang Tua : IRNAN  
 N. P. M : 1715310238  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Program Studi : Manajemen  
 No. HP : 08116278989  
 Alamat : Jl. R.A.Kartini, No. 42 Kota Binjai

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA BINJAI**, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 examplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 examplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangi dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,750,000</b>

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn  
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS

Hormat saya



DESSY PERMATA SARI  
 1715310238

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan bertaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

## ABSTRAK

---

Penelitian ini bertujuan untuk mencari bagaimana pengaruh dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan atau pengguna jasa pengiriman J&T Express Binjai yang berjumlah 27.000 pelanggan perbulan januari 2021. Sampel penelitian yang diambil sebanyak 100 responden yang jumlahnya ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria telah melakukan minimal 2 (dua) kali penggunaan jasa pengiriman J&T Express Binjai. Penelitian ini dilakukan di tahun 2021. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang diolah dengan SPSS versi 25.0 dengan model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai. 66,2% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan dan diperoleh dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 33,8% diperoleh dari faktor lain. Loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan nilai R sebesar 0,818.

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan***

## ABSTRACT

---

*This study aims to find out how the influence of Service Quality (X1) and Customer Satisfaction (X2) on Customer Loyalty (Y) at delivery service J&T Express in Binjai City. The population in the study were all customers or users of J&T Express Binjai shipping services, amounting to 27.000 customers / January 2021. The research sample was taken as many as 100 respondents whose numbers were determined using the Slovin formula. The sampling technique was carried out using purposive sampling technique with the criteria of having done at least two times the use of J&T Express Binjai delivery services. This research was conducted in 2021. This study uses quantitative data processed with SPSS version 25.0 with multiple linear regression models. The results showed that service quality and customer satisfaction both partially and simultaneously had a positive and significant effect on customer loyalty of at J&T Express delivery services in Binjai city. 66,2% of customer loyalty can be explained and obtained from service quality and customer satisfaction, while the remaining 33,8% is obtained from other factors. Customer loyalty has a very strong relationship to service quality and customer satisfaction with an R value of 0,818.*

***Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty***

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis Ucapkan atas Kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai”**. Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir penelitian dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Ibu Mesra B, S.E., M.M selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan mengkoreksi skripsi penelitian penulis serta memberikan berbagai saran agar penelitian yang dihasilkan dapat menjadi semakin lebih baik.
5. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi. M.Si. selaku pembimbing II yang memberikan banyak masukan dan arahan terhadap penulisan skripsi penelitian ini sehingga penulis dapat lebih mudah menulis skripsi ini.
6. Pimpinan J&T Express Binjai serta seluruh karyawan J&T Express Binjai.

7. Kedua orang tua tercinta Irnan dan Asni Br Bangun serta abang dan kakak yang telah memberikan doa dan dukungan dengan penuh ketulusan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman yang selalu memberikan semangat serta motivasi.
9. Semua responden atau pelanggan J&T Express Binjai yang telah membantu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih.

Medan, Desember 2020

Penulis

**Dessy Permata Sari**  
**NPM : 1715310238**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
E. Keaslian Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
B. Penelitian Sebelumnya .....	29
C. Kerangka Konseptual .....	29
D. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
C. Definisi Operasional Variabel .....	34
D. Populasi dan Sampel/ Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data .....	38
F. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	45
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
4. Pengujian Kualitas Data.....	65
5. Pengujian Asumsi Klasik .....	69
6. Uji Kesesuaian .....	74
7. Koefisien Determinasi.....	77
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	77
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	77

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Pangsa Pasar Jasa Pengiriman Barang Di Indonesia..... 4
Tabel 1.2	Pra Survei Kualitas Pelayanan J&T Express Binjai ..... 5
Tabel 1.3	Pra Survei Kepuasan Pelanggan J&T Express Binjai ..... 5
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Sebelumnya..... 29
Tabel 3.1	Skedul Proses Penelitian ..... 34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel..... 35
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert..... 36
Tabel 3.4	Interprestasi Koefisien Korelasi..... 44
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan ..... 50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Berlangganan ..... 51
Tabel 4.6	Pernyataan X <sub>1.1</sub> ..... 52
Tabel 4.7	Pernyataan X <sub>1.2</sub> ..... 52
Tabel 4.8	Pernyataan X <sub>1.3</sub> ..... 53
Tabel 4.9	Pernyataan X <sub>1.4</sub> ..... 53
Tabel 4.10	Pernyataan X <sub>1.5</sub> ..... 54
Tabel 4.11	Pernyataan X <sub>1.6</sub> ..... 54
Tabel 4.12	Pernyataan X <sub>1.7</sub> ..... 55
Tabel 4.13	Pernyataan X <sub>1.8</sub> ..... 56
Tabel 4.14	Pernyataan X <sub>1.9</sub> ..... 56
Tabel 4.15	Pernyataan X <sub>1.10</sub> ..... 57
Tabel 4.16	Pernyataan X <sub>1.11</sub> ..... 58
Tabel 4.17	Pernyataan X <sub>1.12</sub> ..... 58
Tabel 4.18	Pernyataan X <sub>1.13</sub> ..... 59
Tabel 4.19	Pernyataan X <sub>2.1</sub> ..... 60
Tabel 4.20	Pernyataan X <sub>2.2</sub> ..... 60
Tabel 4.21	Pernyataan X <sub>2.3</sub> ..... 61
Tabel 4.22	Pernyataan X <sub>2.4</sub> ..... 62

Tabel 4.23	Pernyataan Y1 .....	62
Tabel 4.24	Pernyataan Y2 .....	63
Tabel 4.25	Pernyataan Y3 .....	64
Tabel 4.26	Pernyataan Y4 .....	64
Tabel 4.27	Pernyataan Y5 .....	65
Tabel 4.28	Uji Validitas X <sub>1</sub> .....	66
Tabel 4.29	Uji Validitas X <sub>2</sub> .....	67
Tabel 4.30	Uji Validitas Y .....	67
Tabel 4.31	Uji Reliabilitas X <sub>1</sub> .....	68
Tabel 4.32	Uji Reliabilitas X <sub>2</sub> .....	68
Tabel 4.33	Uji Reliabilitas Y .....	69
Tabel 4.34	Uji Kolmogrov-Smirnov .....	71
Tabel 4.35	Uji Multikolinieritas .....	72
Tabel 4.36	Regresi Linier Berganda .....	74
Tabel 4.37	Uji Parsial .....	75
Tabel 4.38	Uji Bersama-sama .....	76
Tabel 4.39	Koefisien Determinasi .....	77
Tabel 4.40	Interprestasi Koefisien Korelasi .....	78

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4.1 Logo J&T Express .....	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi J&T Express Binjai .....	47
Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.4 PP Plot Uji Normalitas .....	70
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis saat ini telah banyak berkembang dari yang hanya bisnis biasa sampai bisnis yang sudah secara mendunia. Modernisasi merupakan salah satu efek dari pertumbuhan yang semakin berkembang pesat dari ilmu pengetahuan yang ada pada saat ini, seperti barang, jasa, data dan informasi menjadi dasar perubahan modernisasi di kehidupan manusia terkhusus dalam bidang pelayanan. “Masyarakat sekarang ini memiliki keinginan untuk kebutuhan baik dari segi informasi maupun teknologi seperti kebutuhan layanan yang cepat, pengiriman serta penerimaan barang, jasa dan dokumen”(Aris, 2016).

Setiap perusahaan akan menyediakan berbagai hal yang menarik untuk konsumen seperti pada layanan pengiriman dengan memberikan pengiriman antar negara di dunia, pengiriman antar kota, dan ada juga yang menawarkan pengiriman di daerah-daerah tertentu. Dari sinilah menjadi dasar bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan berbagai strategi yang ada untuk menjadi pilihan utama konsumen.

Layanan pengiriman barang merupakan salah satu kebutuhan yang penting untuk saat ini dengan layanan yang cepat dan tepat. Layanan pengiriman barang saat ini sangat berkembang dan ada dimana-mana seperti J&T Express, Sicepat Express, JNE, Tiki, Pos Indonesia, DHL, Logistik Indah, FEDEX, dan lain sebagainya.

Dengan perkembangan jasa pengiriman barang pada saat ini menuntut perusahaan untuk tetap memenuhi kualitas layanan dan mengutamakan kepuasan

pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjadi pilihan utama konsumen perusahaan harus meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu pengiriman, dan kebijakan harga karena dua hal ini yang menjadi dasar untuk konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Dengan begitu perusahaan akan dapat mempertahankan perusahaannya. Maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen menjadi puas dan loyal terhadap suatu barang maupun jasa.

Pelanggan merupakan orang yang membeli produk atau jasa untuk memenuhi keinginannya. Untuk dapat menjadi pelanggan yang setia, pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung dengan jangka panjang, dengan setiap proses yang terpenuhinya kebutuhan ini menjadi peluang yang lebih besar untuk membuat pembeli meningkat menjadi pelanggan yang setia dan loyal.

“Loyalitas pelanggan berperan penting dalam sebuah perusahaan dengan mempertahankan loyalitas maka perusahaan dapat meningkatkan keuangan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Loyalitas pelanggan sangat bermanfaat untuk perusahaan, selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan seperti dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas pelayanannya” (Wirtz, 2011).

Pengertian layanan menurut Kotler adalah “Kegiatan yang secara wujud tidak dapat dirasakan tapi melalui kegiatan ini terjadi penawaran ke pihak lain tanpa menyebabkan penukaran kepemilikan dari satu pihak ke pihak lain”. Ada pendapat yang lain mengatakan bahwa untuk menilai suatu kualitas pelayanan

tidak hanya menggunakan perusahaan sebagai tolak ukurnya namun harus diamati juga bagaimana jika ditinjau dari penaksiran yang dilakukan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi suatu keharusan yang harus ditingkatkan oleh perusahaan agar tetap bertahan dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan itu sendiri, pengguna akan menilai dengan cara membandingkan pelayanan yang diterima dengan harapan mereka. Kualitas layanan juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan yang tidak loyal dan tidak setia itu karena pelayanan yang masih kurang dari yang diharapkan oleh pelanggan pada saat itu. Dari sinilah kepuasan pelanggan pun menjadi tidak terpenuhi.

Kepuasan merupakan gambaran atau perasaan dari seseorang pelanggan yang telah ia peroleh. Dengan adanya rasa puas yang dialami pelanggan akan membuahkan makna baik untuk perusahaan yaitu pelanggan akan datang lagi dan membeli lagi. Kepuasan pelanggan juga salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal (Aryani, 2010).

Perkembangan perusahaan di bidang layanan pengiriman menunjukkan kecenderungan yang sangat positif, ini membuat persaingan di antar perusahaan semakin kuat. Ada banyak kemungkinan perusahaan yang terlibat dalam layanan pengiriman baik perusahaan swasta dan negeri seperti J&T Express yang didedikasikan untuk layanan pengiriman barang.

Data untuk menggambarkan pangsa pasar dari Indeks Layanan jasa pengiriman di Indonesia pada tahun 2018 – 2019 dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Pangsa Pasar Jasa Pengiriman Barang Di Indonesia  
Tahun 2018 – 2019**

No	Perusahaan	Pangsa Pasar	
		2018	2019
1	JNE	45,0 %	26,4 %
2	J&T Express	13,9 %	20,3 %
3	Tiki	13,6 %	12,6 %
4	Pos Indonesia	11,6 %	5,4 %
5	DHL	3,5 %	3,8 %

Sumber: *www.topbrand-award.com*

Tabel 1.1 menunjukkan persaingan antar perusahaan jasa pengiriman barang pada tahun 2018-2019 diantara perusahaan ini jasa pengiriman yang ada, JNE masih menguasai pangsa pasar untuk jasa pengiriman. Dan yang kedua J&T Express, pangsa pasar J&T Express mengalami peningkatan dari tahun 2018 ke 2019 yaitu sebesar 13,9% pada tahun 2018 dan 20,3% pada tahun 2019, namun J&T Express belum mampu bersaing dengan pesaing utamanya yaitu JNE.

Penawaran layanan kepada konsumen harus berdasarkan pada kepentingan pelanggan dan kerja perusahaan, oleh sebab itu J&T Express harus memperhatikan setiap hal yang dianggap penting oleh pelanggan. Layanan yang bertujuan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan tidaklah mudah dilakukan, seiring ditemukannya masalah dalam pengelolaan pelayanan perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan dalam memuaskan sebagian besar pelanggan mereka. Dari sinilah terjadi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan J&T Express Binjai yang pelanggan masih merasa kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya adalah sistem sumber daya manusia yang masih kurang ramah, disini juga mereka belum menyadari pentingnya pelanggan untuk

keberhasilan perusahaan.

Selain permasalahan tersebut, terdapat juga keluhan-keluhan dari pelanggan J&T Express Binjai yang banyak bermunculan di beberapa media, baik cetak ataupun digital. Keluhan-keluhan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut ini :

**Tabel 1.2 Pra Survei Kualitas Pelayanan Pelanggan J&T Express Binjai**

No	Pernyataan	Tidak Setuju		Setuju		Jumlah Konsumen
		(%)	Frekuensi	(%)	Frekuensi	
1	Karyawan merespon dengan baik keluhan pelanggan	66,7%	20	33,3%	10	30
2	Adanya jaminan keamanan atas pengiriman	56,7%	17	43,3%	13	30
3	Waktu pengiriman sudah sesuai dengan waktu yang ditentukan	60,0%	18	40,0%	12	30

*Sumber : pra survei pelanggan J&T Express Binjai*

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat dikatakan bahwa bisnis layanan pengiriman harus dapat memberikan layanan yang baik, dimana layanan dapat digunakan sebagai keunggulan dibandingkan dengan bisnis layanan lainnya, sehingga dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Perusahaan layanan pengiriman yang memiliki keunggulan kompetitif dapat dilihat dalam kondisi jumlah pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

**Tabel 1.3 Pra Survei Kepuasan Pelanggan J&T Express Binjai**

No	Pernyataan	Tidak Setuju		Setuju		Jumlah Konsumen
		(%)	Frekuensi	(%)	Frekuensi	
1	Pengiriman paket sudah sesuai dengan yang dijanjikan	53,3%	16	46,7%	14	30
2	Pengiriman paket sesuai dengan harapan pelanggan	63,3%	19	36,7%	11	30

*Sumber : pra survei pelanggan J&T Express Binjai*

Dari tabel 1.3 diatas, dapat dilihat bahwa masih ada pelanggan yang belum merasa puas dengan pengiriman paket yang belum sesuai dengan janji serta harapan pelanggan selama ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memilih judul penelitian :  
**“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express Di Kota Binjai”.**

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Pelayanan karyawan yang masih kurang ramah sehingga pelanggan tidak mau menggunakan kembali jasa pengiriman J&T Express Binjai, ini mempengaruhi kualitas pelayanan.
- b. Kurang tanggapnya karyawan mengatasi keluhan-keluhan yang ada sehingga mengakibatkan kepuasan pelanggan yang belum terpenuhi.

### **2. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi agar pembahasannya lebih fokus dan terarah serta tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah hanya pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diukur dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena masalah dan fakta, maka dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut ini:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai ?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai ?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai adalah:

- a. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.
- b. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.
- c. Untuk menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

- a. Bagi perusahaan, menjadi informasi dan saran bagi pihak J&T Express di Kota Binjai dalam menerapkan kualitas pelayanan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi peneliti, akan menjadi suatu pengalaman yang sangat berharga dalam proses penyelesaian studi dan menjadi informasi ilmiah bagi peneliti lanjutan.
- c. Bagi peneliti berikutnya, menjadi informasi kajian-kajian ilmiah yang mendukung pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

## **E. Keaslian Penelitian**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Tomida, M. dan Satrio, B. (2016) yang berjudul: “Pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk Footwear Yongki Komaladi”. Hasil penelitiannya adalah pengaruh variabel harga dan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian ini berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express di Kota Binjai”.

Perbedaan penelitian terletak pada :

1. Variabel Penelitian : Penelitian terdahulu menggunakan 2 (dua) variabel independen yaitu harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel independen yaitu

kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta 1 (satu) variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.

2. Jumlah Observasi/Sampel (n) : penelitian terdahulu menggunakan sampel berjumlah 98 konsumen/responden. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 100 konsumen/responden.
3. Waktu Penelitian : penelitian terdahulu dilakukan tahun 2016 sedangkan penelitian ini tahun 2021.
4. Lokasi Penelitian : lokasi penelitian terdahulu pada pengguna footwear Yongki Komaladi di Surabaya, sedangkan penelitian ini dilakukan pada jasa pengiriman J&T Express Binjai.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Loyalitas Pelanggan**

###### **a. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan merupakan hasil atau akibat dari terciptanya kepuasan pelanggan sebagai salah satu penerapan dari keberhasilan suatu pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan para pelanggan. Pelanggan yang loyal merupakan mereka yang antusias terhadap suatu merek atau produk yang digunakannya. Pelanggan yang loyal tidak akan mempertimbangkan lagi keputusan untuk membeli kembali karena sudah tertanam dalam dirinya bahwa produk atau jasa yang dibeli sudah sesuai dengan harapan dan dapat memenuhi kebutuhannya.

Menurut Griffin yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:104) menyatakan bahwa: “Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pemberian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih”. Menurut Tjiptono (2014:393) mengemukakan bahwa “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2013) “loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun

pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku pelanggan beralih.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah sikap positif yaitu penggunaan kembali dari produk maupun jasa dengan pembelian atau penggunaan secara terus-menerus.

#### **b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas pelanggan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut Hasan (2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Kepuasan Pelanggan (*customer satisfaction*)

Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai predictor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain.

2) Kualitas Produk atau Layanan (*service quality*)

Kualitas produk atau kualitas layanan berhubungan kuat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar serta dapat mengarahkan konsumen ke arah kesetiaan.

3) Citra Merek (*Brand image*)

Citra merek muncul menjadi factor penentu kesetiaan pelanggan yang ikut membesarkan citra perusahaan menjadi lebih positif.

4) Nilai yang dirasakan (*Perceived value*).

Nilai yang dirasakan adalah perbandingan manfaat yang dirasakan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan sebagai faktor penentu loyalitas pelanggan.

5) Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan adalah sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.

6) Relasional Pelanggan (*customer relationship*)

Relasional pelanggan diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus.

7) Biaya Peralihan (*switching cost*)

Dalam kaitannya dengan pelanggan, biaya peralihan menjadi faktor penahan atau pengendali diri dari perpindahan pemasok atau penyalur produk dan mungkin karenanya pelanggan menjadi setia.

8) Dependabilitas (*Reliability*)

Tidak hanya sebatas kemampuan menciptakan nilai yang kuat bagi pelanggan tetapi juga mencakup semua aspek capaian organisasi yang berkaitan dengan apresiasi publik terhadap perusahaan secara langsung berdampak pada loyalitas pelanggan.

**c. Indikator Loyalitas Pelanggan**

Indikator loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012:57), sebagai berikut ini :

1) Kesetiaan terhadap pembelian produk (*repeat purchase*)

Kesetiaan terhadap pembelian produk berarti pemakaian secara berulang-ulang atau terus-menerus terhadap suatu produk atau jasa.

2) Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai produk (*retention*)

Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai produk yaitu adanya masukan dari orang-orang seperti teman, keluarga dan lain-lain untuk menggunakan produk yang lain. Dan tetap menggunakan satu produk yang di percayai.

3) Mereferensikan kepada orang lain (*referalls*)

Ketersediaan konsumen untuk meerekomendasikan produk yang digunakan kepada orang lain seperti teman, keluarga dan lain-lain. Ketersediaan untuk merekomendasikan ini adalah salah satu cerminan dari kepuasan pelanggan.

**d. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:199) ada empat jenis loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut ini :

1) Tanpa Loyalitas (*no loyalty*)

Tanpa loyalitas (*no loyalty*) adalah beberapa pelanggan yang tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk maupun jasa untuk beberapa alasan. Maksudnya pelanggan tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal secara umum perusahaan harus menghindari suatu kelompok yang masuk kategori tanpa loyalitas untuk dijadikan target pasar karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal.

2) Loyalitas Yang Lemah (*inertia loyalty*)

Loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*) adalah keterkaitan yang lemah digabung dengan pembelian ulang tinggi akan menghasilkan loyalitas yang lemah. Pelanggan yang memiliki sikap ini biasanya membeli berdasarkan kebiasaan. Dasar yang digunakan untuk pembelian produk biasanya karena sudah terbiasa atau selalu menggunakan produk tersebut. Kesetiaan seperti ini biasanya

banyak terjadi pada produk yang sering digunakan. Tetapi tidak menutup kemungkinan pelanggan yang loyalitas yang lemah berubah dengan mendekati diri kepada pelanggan tersebut melalui produk yang lebih dibandingkan dengan pesaing.

### 3) Loyalitas Tersembunyi (*latent loyalty*)

Loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*) adalah tingkat preferensi yang relatif tinggi yang digabung dengan tingkat pembelian ulang yang rendah menunjukkan loyalitas yang tersembunyi. Pengaruh sikap dan situasi yang menentukan pembelian ulang. Perusahaan dapat mengatasi loyalitas tersembunyi ini dengan cara memahami setiap faktor situasi yang berkontribusi pada loyalitas tersembunyi ini.

### 4) Loyalitas Premium (*premium loyalty*)

Loyalitas premium (*premium loyalty*) adalah jenis loyalitas yang terjadi dimana suatu tingkat ketertarikan tinggi berjalan lurus dengan aktivitas pembelian kembali. Jenis loyalitas pelanggan inilah yang diharapkan oleh perusahaan. Pada tingkat preferensi yang tinggi, maka pelanggan akan menemukan dan menggunakan produk tersebut dengan senang hati membagi pengetahuan dari pengalaman mereka kepada teman-teman, pihak-pihak lainnya serta keluarga.

## **e. Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan untuk jang yang panjang bagi perusahaan. Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap suatu perusahaan tertentu tidak terjadi begitu saja. Loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan terbentuk melalui beberapa tahap yang pada akhirnya dapat menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Menurut

Griffin yang dikutip oleh Sangadji dan Sopiah (2013:105) membagi tahap loyalitas pelanggan menjadi beberapa tahap sebagai berikut ini:

- 1) Terduga (*suspect*) merupakan semua orang yang mungkin akan menggunakan barang atau jasa perusahaan tetapi sama sekali belum mengenal perusahaan dan barang atau jasa tersebut.
- 2) Prospek (*prospects*) merupakan orang yang memiliki kebutuhan terhadap suatu produk atau jasa dan mempunyai kemampuan untuk membeli. Meskipun belum melakukan pembelian, para prospek telah mengetahui informasi perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan karena telah direkommendasikan oleh seseorang.
- 3) Prospek Terdiskualifikasi (*disqualified prospect*) merupakan prospek yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan barang atau jasa tersebut. Ataupun tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang atau jasa tersebut.
- 4) Pelanggan Mula-Mula (*first time customer*) merupakan pelanggan yang membeli untuk pertama kali pada perusahaan dan masih menjadi pelanggan baru.
- 5) Pelanggan Berulang (*repeat customers*) merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian dua kali ataupun lebih.
- 6) Klien (*client*) merupakan orang yang membeli semua barang ataupun jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan. Dengan mereka membeli secara teratur. Dan mempunyai hubungan dengan pelanggan sudah kuat dan sudah berlangsung lama yang membuat mereka tidak terpengaruh terhadap pesaing.

- 7) Pendukung (*advocates*) merupakan membeli barang ataupun jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Dan mereka mendorong teman-teman mereka untuk membeli barang ataupun jasa perusahaan serta merekomendasikan produk maupun jasa perusahaan kepada orang lain.
- 8) Mitra adalah hubungan yang kuat antar pelanggan dan perusahaan yang berlangsung terus-menerus.

#### **f. Mengukur Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan adalah salah satu kunci sukses perusahaan, tidak hanya untuk jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang yang berkelanjutan. Untuk mengukur loyalitas diperlukan beberapa atribut yaitu sebagai berikut :

- 1) Mengatakan hal-hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
- 2) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.
- 3) Melakukan lebih banyak lagi bisnis atau pembelian pada perusahaan untuk beberapa tahun mendatang.

#### **g. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

Menurut Hawkins dan Coney dalam Sangadji dan Sopiah (2013:112-113) mengemukakan alasan-alasan penting cara menumbuhkan dan menjaga loyalitas pelanggan sebagai berikut :

Konsumen yang sudah ada memberikan prospek keuntungan yang cenderung lebih besar.

- 1) Biaya yang dikeluarkan untuk menjaga dan mempertahankan konsumen yang sudah ada lebih kecil dibandingkan dengan biaya mencari konsumen yang baru.

- 2) Kepercayaan konsumen pada suatu perusahaan dalam suatu urusan bisnis akan membawa dampak yang membuat mereka akan percaya pada bisnis yang lain.
- 3) Loyalitas pelanggan bisa menciptakan efisiensi.
- 4) Hubungan yang sudah lama terjalin antar perusahaan dengan konsumen akan berdampak pada pengurangan biaya psikologis dan sosialisasi.

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2016:422) mengemukakan bahwa “ *A service is any act or performance one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything*”. Yang artinya pelayanan bukan hanya sekedar untuk melayani tetapi merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Tahap pelayanan adalah tahapan yang berinteraksi secara langsung antar perusahaan dengan konsumen sehingga dapat menciptakan pengalaman yang sangat berkesan untuk konsumen. Kualitas pelayanan yang menjadi salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk ataupun jasa.

Menurut Tjiptono (2014:268) mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Dan menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry yang dikutip oleh Sudarso (2016:57) yang mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah penilaian ataupun sikap yang dirasakan konsumen dari evaluasi dan interaksi yang di dapat dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya untuk memenuhi keinginan konsumen.

#### **b. Indikator Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang baik dapat membuat suatu perusahaan mendapatkan citra yang baik pula dari konsumen ini memberikan dorongan pada konsumen untuk menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2016:284) mengungkapkan ada 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yang diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Berwujud (*tangible*) yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
- 2) Empati (*empathy*) yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian kepada pelanggan.
- 3) Ketanggapan (*reponsiveness*) yaitu kemauan karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan juga mendengar serta mengatasi keluhan pelanggan.
- 4) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten.
- 5) Kepastian (*assurance*) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah disepakati kepada pelanggan.

### c. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:182-189), terdapat beberapa factor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan:

#### 1) Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia layanan diwajibkan untuk menyampaikan layanan berkualitas terbaik pada konsumen. Beberapa factor-faktor yang menjadi penilaian konsumen antara lain keamanan pengantaran, ketepatan waktu, sikap dan lain-lain. Upaya dilakukan untuk membangun pandangan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Dan apabila terjadi kekurangan dalam factor-faktor tersebut perlu untuk diperhatikan dan lebih ditingkatkan sehingga akan terjadi penilaian yang baik dari para pelanggan.

#### 2) Mengelola ekspektasi pelanggan

Semakin banyaknya perusahaan yang berusaha menarik perhatian pelanggannya dengan berbagai cara dengan salah satunya adalah melebih-lebihkan janji sehingga menjadi bumerang untuk perusahaan apabila tidak dapat memenuhi janji yang sudah ada. Sebab semakin banyaknya janji yang diberikan kepada pelanggan maka semakin besar juga ekspektasi pelanggan terhadap perusahaan. Dan lebih bijaklah perusahaan dalam memberikan janji kepada pelanggan.

#### 3) Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan ini bertujuan untuk memperkuat penilaian dari pelanggan selama serta sesudah layanan disampaikan. Berbeda dengan produk yang bersifat *tangible*, sedangkan layanan adalah kinerja maka dari itu pelanggan cenderung memperhatikan seperti apa layanan yang diterima. Dari sinilah tercipta persepsi layanan yang diterima pelanggan.

#### 4) Mendidik konsumen tentang layanan

Mendidik layanan pada konsumen bertujuan untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian layanan secara efektif dan efisien. Pelanggan akan mengambil keputusan pembelian secara baik dan memahami perannya dalam proses penyampaian pelayanan.

#### 5) Menumbuhkan budaya kualitas

Budaya kualitas dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan komitmen seutuhnya dari semua anggota organisasi mulai dari yang tertinggi sampai terendah. Adapun budaya kualitas terdiri dari filosofi, sikap, norma, keyakinan, tradisi, prosedur, dan harapan dalam meningkatkan kualitas.

#### 6) Menindaklanjuti layanan

Menindaklanjuti layanan diperlukan untuk memperbaiki aspek-aspek dalam pelayanan yang masih kurang memuaskan serta mempertahankan yang baik. Untuk menindaklanjuti perusahaan perlu melakukan *survey* untuk sebagian ataupun seluruh konsumen mengenai pelayanan yang diterima. Disinilah perusahaan bisa mengetahui tingkat kualitas pelayanan perusahaan tersebut di mata konsumn.

#### 7) Mengembangkan sistem informasi kualitas layanan

*Service quality information system* merupakan sistem yang digunakan perusahaan dengan cara melakukan riset data. Data dapat pula berupa hasil dari masa lalu, kualitatif dan kuantitatif, internal dan eksternal serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan dan para pesaing. Ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami suara konsumen mengenai ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap suatu layanan yang pernah diberikan perusahaan. Sehingga

perusahaan bisa mengetahui kekuatan dan kelemahan dari perusahaan berdasarkan dengan pandangan konsumen.

#### **d. Faktor-Faktor Kurangnya Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2012:178-181), terdapat beberapa factor yang dapat mengurangi suatu kualitas pelayanan sebuah perusahaan sehingga perusahaan masih perlu memperhatikan factor-faktor tersebut, antara lain sebagai berikut ini :

##### 1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara bersama-sama

Karakter dari jasa adalah *inseparability* yang artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Maka terjadilah interaksi antar penyedia jasa dengan konsumen yang mungkin terjadi hal-hal yang berdampak negative di mata konsumen antara lain:

- a) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
- b) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
- c) Tutur kata karyawan masih kurang sopan.
- d) Bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan konsumen.
- e) Karyawan masih kurang senyum dan tidak ramah kepada konsumen.

##### 2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat menimbulkan dampak yang negatif untuk kualitas seperti berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Ini seperti pelatihan yang masih kurang memadai ataupun pelatihan yang masih tidak sesuai dengan kebutuhan, tingkat *turnover* karyawan yang masih tinggi, motivasi kerja karyawan kurang diperhatikan dan lain-lain.

### 3) Dukungan Terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak dalam system penyampaian layanan. Karyawan *front-line* dapat dikatakan sebagai citra perusahaan karena karyawan-karyawan dapat memberikan kesan yang pertama untuk konsumen. Agar para karyawan *front-line* mampu memberikan pelayanan dengan efektif, diperlukan dukungan dari perusahaan itu sendiri seperti, dukungan informasi (prosedur operasi), peralatan (pakaian seragam, material), dan pelatihan keterampilan.

### 4) Gap komunikasi

Komunikasi adalah faktor penting dalam menjalin hubungan antar perusahaan dengan konsumen. Bila terjadi gap komunikasi, maka konsumen memberikan penilaian negative terhadap kualitas pelayanan. Gap-gap komunikasi tersebut antara lain :

- a) Penyedia layanan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
- b) Penyedia layanan tidak selalu memberikan informasi terbaru kepada konsumen.
- c) Pesan komunikasi yang disampaikan penyedia layanan tidak dipahami konsumen.
- d) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau menindaklanjuti keluhan maupun saran konsumen.

2) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Setiap konsumen memiliki karakter, emosi, keinginan yang berbeda-beda. Penyedia layanan harus memahami keunikan dan perbedaan yang ada. Sehingga tidak dapat memperlakukan semua konsumen dengan cara yang sama. Banyak kejadian dimana konsumen ingin diperlakukan secara personal dan berbeda dengan yang lain.

3) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan

Penambahan layanan dapat berdampak baik dan bahkan dapat mengurangi *service quality* pada sebuah perusahaan. Dampak baiknya adalah untuk menyempurnakan *service quality* menjadi lebih baik. Disisi lain apabila layanan baru terlalu banyak, hasil yang di dapat belum tentu optimal

4) Visi bisnis jangka panjang

Visi jangka pendek contohnya, penghematan biaya semaksimal mungkin dapat merusak *service quality* yang sedang ditunjukkan untuk jangka panjang.

**e. Tujuan Dan Fungsi Pelayanan**

Kualitas layanan diberikan kepada konsumen harus digunakan untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, sehingga untuk menyediakan layanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi layanan. Kualitas layanan yang disediakan oleh masing-masing perusahaan tentu memiliki tujuan. Secara umum, tujuan layanan merupakan untuk konsumen merasakan puas dan dampaknya pada perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada produsen harus dijaga dengan baik karena kredibilitas produsen sangat dipertaruhkan. Produsen harus menjadi nama baik, tepat waktu dalam pengiriman, sifat ramah, ramah dalam membalas ataupun merespon pesan yang

dikirim oleh konsumen serta barang yang dijanjikan harus sama (Ari dalam Luthfiana, 2014).

## **2. Kepuasan Pelanggan**

### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Sangadji dan Sopiah (2013:180-181) mengemukakan “kepuasan pelanggan merupakan konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan”.

Menurut Tjiptono (2011:312) mengemukakan bahwa “kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia persepsikan dibandingkan harapan”. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima. Apabila menerima perlakuan kurang baik, tidak sesuai, memberi kesan negatif dan tidak memuaskan, dianggap bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan, yang menyebabkan pelanggan mengeluh, keluhan tersebut menandakan bahwa pelanggan merasa kecewa. Membandingkan kinerja atau hasil yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:177) mengemukakan bahwa “*customer is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product perceived performance for outcome in relation his or her expectation*”. Yang artinya “kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang dalam

membandingkan kinerja yang dirasakan dengan kaitannya dengan harapan pelanggan”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang akan merasa puas pada produk maupun jasa yang dibeli maupun digunakan dengan melebihi harapan pelanggan tanpa adanya keluhan dari pelanggan.

#### **b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ekspektasi pelanggan menurut Gasperz (2013:105) terdiri dari :

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan maupun ekspektasi pelanggan yang tinggi demikian sebaliknya.
- 2) Pengalaman masa lalu atau yang terdahulu ketika menggunakan jasa pelayanan dari organisasi jasa maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, yang menceritakan mengenai kualitas pelayanan jasa yang dirasakan oleh pelanggan itu sendiri. Ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada jasa-jasa yang dirasakan berisiko tinggi.

#### **c. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2016:155) ada 2 (dua) indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut ini :

- 1) Kinerja merupakan kinerja atas suatu produk maupun jasa yang dapat

memberikan kepuasan bagi konsumen.

- 2) Harapan merupakan harapan yang dimiliki konsumen saat sebelum membeli produk maupun jasa menjadi pengukur dalam kepuasan konsumen.

#### **d. Strategi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fornell yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011:321-323) bahwa pada setiap perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara lain adalah strategi ofensif dan strategi defensif. Strategi-strategi tersebut antara lain sebagai berikut :

- 1) Strategi ofensif merupakan strategi yang ditujukan untuk meraih maupun mendapatkan pelanggan baru. Dengan strategi ini perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Hingga saat ini perhatian perusahaan lebih banyak dicurahkan pada strategi ofensif. Perusahaan hanya berfokus pada strategi ofensif dan mengabaikan strategi defensif, risiko terbesarnya adalah kelangsungan hidup perusahaan.
- 2) Strategi defensif merupakan usaha mengurangi kemungkinan customer exit dan beralihnya pelanggan ke pemasar lain. Tujuan strategi ini adalah untuk meminimalisasi customer turnover atau memaksimalkan customer retention dengan melindungi produk dan pasarnya dari serangan para pesaing. Cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan saat ini.

### e. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip Fandy Tjiptono (2011:315) ada beberapa metode yang digunakan perusahaan untuk mengukur dan memantau keuasan pelanggan dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain sebagai berikut :

#### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang sangat luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran serta keluhan misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran dari pelanggan secara langsung.

#### 2) *Ghost Shopping (mystery shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk dapat berperan ataupun berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli yang potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa

mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

### 3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau telah pindah agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, dimana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

### 4) Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website maupun wawancara secara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

## B. Penelitian Sebelumnya

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Model Regresi	Hasil Penelitian
1.	Made Caesar Surya dan Ni wayan Ekawati (2017)	Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor vespa	Analisis Regresi Berganda	Inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan motor vespa
2.	Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi kasus pelanggan IM3 Madiun)	Analisis Regresi Berganda	Kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan IM3 Madiun
3.	Marijati Sangen (2014)	Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan lembaga pengembangan dan sertifikasi batu mulia (LPSB) di Martapura Kabupaten Banjar	Analisis Regresi Berganda	Kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan lembaga pengembangan dan sertifikasi batu mulia (LPSB) di Martapura Kabupaten Banjar
4.	Rika Wahyuni dan Hadi Irfani (2017)	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> , Kepuasan Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Sederhana Masakan Padang	Analisis Regresi Berganda	<i>Relationship marketing</i> , kepuasan dan <i>brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan restoran sederhana masakan padang
5.	Nadia Agustina, Achmad Fauzi DH, Inggang Perwangsa Nuralam (2018)	Pengaruh Kepuasan Pelanggan, biaya peralihan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu operator seluler simpati mahasiswa fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya	Analisis Regresi Berganda	Kepuasan pelanggan, biaya peralihan, dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu operator seluler simpati mahasiswa fakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya

Sumber: Diolah penulis (2021)

## C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian sebelumnya, peneliti membuat kerangka pemikiran atau kerangka konseptual, yaitu variabel independent atau variabel bebas kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) serta variabel dependent atau variabel terikat loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

Untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan sebagai berikut ini :

## **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014:268). Kualitas pelayanan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin besar kemungkinan kesetiaan pelanggan. Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Made Caesar Surya dan Ni wayan Ekawati (2017) yang berjudul pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor vespa yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

## **2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

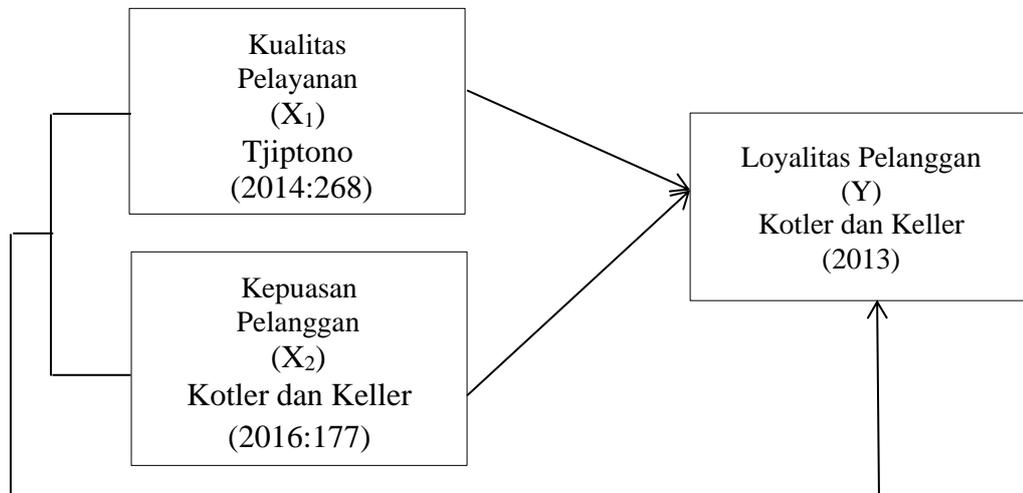
Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang dalam membandingkan kinerja yang dirasakan dengan kaitannya dengan harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016:177). Jika kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Ini sesuai dengan penelitian Marijati Sangen (2014) yang berjudul Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan lembaga pengembangann dan sertifikasi batu mulia (LPSB) di Martapura kabupaten Banjar yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan terjadi karena keinginan pihak jasa pengiriman untuk menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan yang ada dengan tetap menggunakan jasa pengiriman J&T Express secara terus-menerus. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk tetap berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk maupun jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku pelanggan beralih (Kotler & Keller, 2013).

Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Aloysius Rangga Aditya Nalendra (2018) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pelanggan IM3 Madiun) yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini pelanggan dapat menjadi loyal apabila telah mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik dan merasakan kepuasan serta kenyamanan yang telah diberikan oleh jasa pengiriman J&T Express.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Sumber : Diolah Penulis (2021)

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis menurut Manullang dan Pakpahan (2014:61) adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.
- H2: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.
- H3: Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian adalah sebagai berikut “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Menurut Sugiyono (2014:104) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di jasa pengiriman J&T Express di Jalan Jendral Sudirman No. 401, Pekan Binjai, Kecamatan Binjai Kota, Kota Binjai, Sumatera Utara 20742.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan mulai dari Bulan November 2021 sampai dengan Bulan Juni 2021, dengan format berikut:

**Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian**

No	Kegiatan	2020		2021															
		Nov	Des	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni										
1	Pengajuan Judul																		
2	Penyusunan Proposal																		
3	Seminar Proposal																		
4	Perbaikan Acc Proposal																		
5	Riset																		
6	Pengolahan Data																		
7	Penyusunan Skripsi																		
8	Bimbingan Skripsi																		
9	Sidang Meja Hijau																		

Sumber: Diolah Penulis (2021)

### C. Definisi Operasional Variabel

#### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) serta 1 (satu) variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

#### 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional di lapangan.

**Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan ( <i>excellence</i> ) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.  Tjiptono (2014:268)	1. Berwujud ( <i>tangible</i> ) 2. Empati ( <i>empathy</i> ) 3. Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ) 4. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 5. Kepastian ( <i>assurance</i> )  Tjiptono (2016:284)	Skala likert
Kepuasan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang dalam membandingkan kinerja yang dirasakan dengan kaitannya dengan harapan.  Kotler dan Keller (2016:177)	1. Kinerja 2. Harapan  Kotler dan Keller (2016:155)	Skala likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk maupun jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dari usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku pelanggan beralih.  Kotler dan Keller (2013)	1. Kesetiaan terhadap pembelian produk ( <i>repeat purchase</i> ) 2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai produk ( <i>retention</i> ) 3. Mereferensikan kepada orang lain ( <i>referalls</i> )  Kotler dan Keller (2012:57)	Skala likert

Sumber: Diolah penulis (2021)

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. “Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2014:104). Berikut ini keterangan instrumen skala likert :

**Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2014:105)

## D. Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) mengemukakan bahwa : “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express Binjai. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 27.000 / januari 2021.

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:104) , “Sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian apabila populasi berjumlah besar maka peneliti tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi tersebut dikarenakan akan memerlukan banyak biaya, tenaga dan waktu. Oleh karena itu, penelitian dilakukan terhadap sampel dan kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Sampel penelitian ini dihitung melalui rumus slovin yaitu sebagai berikut ini :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana :

$N$  = Jumlah Populasi

$n$  = Jumlah Sampel

$e$  = Tingkat Kesalahan Yang Ditolerir

Berdasarkan rumus di atas, akan ditentukan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10% atau 0,1, maka besarnya sampel yang di ambil adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{27.000}{1+27.000(0.1)^2} = \frac{27.000}{271} = 99,63 = 100 \text{ responden}$$

Dari perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,63 dan dibulatkan menjadi 100 konsumen atau responden. Dengan kriteria utama untuk menjadi sampel yaitu pelanggan telah menggunakan jasa pengiriman J&T Express Binjai sebanyak 2 kali ataupun lebih.

### **3. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data digunakan untuk mempermudah peneliti menentukan jenis data dan sumber data yang akan di ambil dan mempermudah untuk melakukan penelitian, berikut ini jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut ini :

Jenis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis data kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap suatu besaran atas variabel yang diwakilinya. Menurut Sugiyono (2015) “data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang di angkakan”. Data kuantitatif berupa kuesioner yang akan di berikan kepada konsumen yang sudah lama menggunakan jasa pengiriman J&T Express Binjai atau yang sudah lebih dari 2 (dua) kali penggunaan yang dijadikan sebagai responden dan yang bersedia

mengisi kuesioner.

“Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu sumber data primer dan data sekunder” (Sugiyono, 2015) . Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung kepada konsumen jasa pengiriman J&T Express Binjai.

### **2. Angket (*Questioner*)**

Angket (*questioner*) yaitu daftar pertanyaan yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk diisi oleh para responden atau konsumen.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Kualitas Data**

Data penelitian yang terkumpul akan dianalisis melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut ini :

#### **a. Uji Validitas (keabsahan)**

Menurut Sugiyono (2015:137), “Uji validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Dengan perkataan instrumen tersebut mengukur sesuai apa yang diharapkan. Apabila uji validitas setiap pertanyaan lebih besar ( $>$ ) 0,30 maka butir pertanyaan dianggap valid.

## **b. Uji Reliabilitas (kehandalan)**

Menurut Sugiyono (2015:139), “Suatu data penelitian selain valid juga harus realibel karena akurasi memerlukan konsistensi. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu instrumen dikatakan realibel apabila instrumen tersebut bila digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif dan konsisten. Dalam penelitian ini reliabilitas digunakan dengan metode *cronbach's alpa* lebih besar ( $>$ ) 0,60”.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak. Dikatakan layak, apabila asumsi normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas memenuhi ketentuan sebagai berikut ini :

### **a. Uji Normalitas**

Menurut Sugiyono (2014), “Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal”. Asumsi normalitas dapat diketahui dengan histogram, normal probability plot dan kolmogorov-smirnov. Pada normal probability plot, normalitas data dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya apabila data menyebar menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji Kolmogorov-smirnov digunakan untuk menguji normalitas residual dengan pedoman nilai Sig atau

signifikan atau probabilitas lebih besar ( $>$ ) 0,05 maka distribusi data adalah normal.

### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Sugiyono (2010), “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas”.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* melalui SPSS dengan ketentuan :

- 1) Bila  $VIF > 10$  dan  $Tolerance < 0,1$  maka terdapat masalah multikolinieritas.
- 2) Bila  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  maka tidak terdapat masalah multikolinieritas.

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Sugiyono (2010), “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas”. Deteksi adanya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut ini :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik atau point-point yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)

#### a. Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*)

Menurut Manullang & Pakpahan (2014:202), “Jika model regresi linier berganda telah terbebas dari masalah asumsi klasik, maka regresi boleh dilanjutkan untuk dianalisis”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi linier berganda dapat dilakukan jika seluruh pengujian asumsi klasik telah terpenuhi dan tidak bermasalah.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *statistical product dan service solution* (SPSS) dengan persamaan berikut ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan (*Dependent Variable*)

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan (*Independent Variable*)

X<sub>2</sub> = Kepuasan Pelanggan (*Independent Variable*)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi Berganda

ε = *Error Term* (Tingkat Kesalahan yang dapat ditoleransi)

## **b. Pengujian Hipotesis**

### **1) Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial, dimana uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan nilai  $\alpha = 0,05\%$ .

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) .

$H_1 : \beta_1 : \beta_2 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Menurut Manullang, M dan Pakpahan (2014:146), kriteria pengambilan keputusan (KPK) sebagai berikut ini :

Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig\ t > 5\%$

Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig\ t < 5\%$

### **2) Uji Bersama-sama (Uji F)**

Uji bersama-sama atau uji F digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Uji bersama-sama atau Uji F menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan nilai  $\alpha = 0,05$  (5%). Dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1: \beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

$H_1 : \beta_1: \beta_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

Menurut Manullang, M dan Pakpahan (2014:146), Dengan kriteria pengambilan keputusan (KPK) sebagai berikut :

Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sig F > 5\%$

Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig F < 5\%$

#### **4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Sugiyono (2016:284), “Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian lebih jelas”. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Dalam bahasa sehari-hari merupakan kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikatnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1. Jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kuatnya hubungan antar variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Bila hubungan antar dua variabel

atau lebih itu memiliki koefisien korelasi -1 atau = -1, maka hubungan tersebut sempurna. Jika terdapat  $r = -1$  maka terdapat korelasi negatif sempurna, artinya setiap peningkatan pada variabel tertentu maka terjadi penurunan pada variabel lainnya. Sebaliknya juga jika didapat  $r = 1$ , maka diperoleh korelasi positif sempurna, artinya ada hubungan yang positif antara variabel, dan kuat atau tidaknya hubungan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi dan koefisien korelasi adalah 0 maka tidak terdapat hubungan.

Untuk mengetahui kontribusi variabel X terhadap Y, dapat dicari dengan menggunakan rumus koefisien determinasi berikut ini :

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

D = Nilai koefisien determinasi dalam persen (%)

$R^2$  = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Profil J&T Express**

PT Global Jet Express atau dikenal dengan J&T Express adalah salah satu perusahaan swasta di bidang industri layanan pengiriman atau ekspedisi express. J&T Express melayani pengiriman keseluruhan pedalaman daerah, domestik serta internasional. Perusahaan J&T Express juga bekerja sama dengan e-commerce-e-commerce yang ada pada saat ini seperti Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. J&T Express yang tadinya hanya berfokus di pasar Indonesia dan sekarang secara bertahap berkembang di negara-negara Asia Tenggara. J&T Express merupakan perusahaan yang didirikan oleh Mr. Jet Lee dan Mr. Tony Chen yang berasal dari Tiongkok pada tahun 2015. J&T Express pada saat ini sedang bekerja sama dengan artis sekaligus host ternama yaitu Deddy Corbuzier sebagai *brand ambassador*. Pada saat ini juga J&T Express sudah menjangkau seluruh Indonesia dengan 4.000 kantor cabang (*drop point*), 100 gudang penyimpanan (*gateway*), ribuan armada dan 30.000 SDM untuk menjangkau seluruh Indonesia berdasarkan data tahun 2020.

Setelah beberapa tahun kemudian J&T Express mendirikan beberapa cabang di kota-kota salah satunya di kota Binjai dengan kantor cabang di jalan jendral sudirman No. 401, Kecamatan Binjai Kota, Sumatera Utara 20742. Dengan karyawan 10 orang dan satu sebagai supervisor, 3 administrasi dan 6 kurir atau *sprinter*.

**b. Visi dan Misi J&T Express****1) Visi J&T Express**

Visi perusahaan J&T Express adalah memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa penitipan atau cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka, dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia.

**2) Misi J&T Express**

- a) Menyediakan jasa angkutan maupun penitipan keseluruhan pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan konsumen.
- b) Berperan serta dalam usaha membangun usaha pengembangan ekonomi nasional.
- c) Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan maksimal sesuai kebutuhan pemerintah.

**3) Motto Perusahaan**

- a) Melayani konsumen secara terpadu, cepat dan aman sampai tujuan.
- b) Kepuasan konsumen adalah harapan dan keluhan pelanggan adalah motivasi untuk memperbaiki diri.

c. Logo

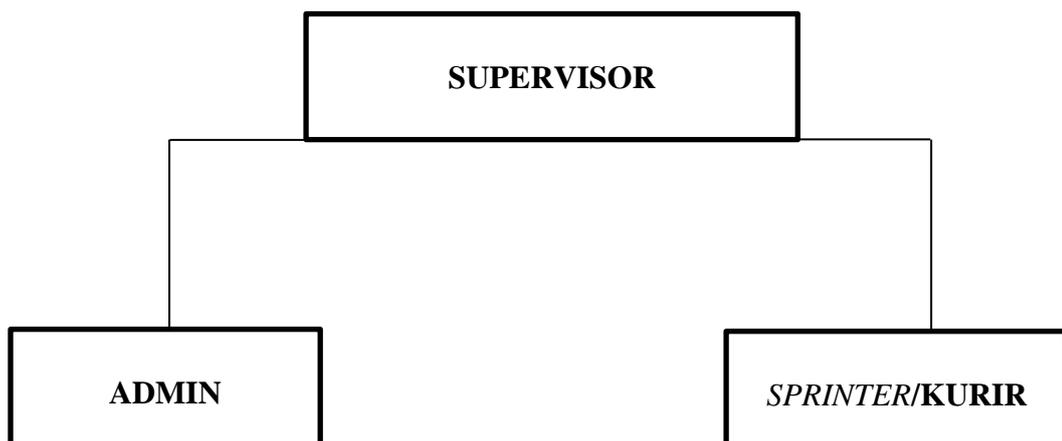


Sumber : <https://jet.co.id>

**Gambar 4.1 Logo J&T Express**

Arti dari logo di atas adalah logo J artinya Jet atau cepat dan T yang artinya Teknologi. Maka arti keseluruhan dari logo tersebut adalah suatu kecepatan yang didukung oleh sebuah teknologi.

d. Struktur Organisasi



**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi J&T Express Binjai**

Tugas-tugas serta tanggung jawab dari setiap posisi yang ada :

1) Supervisor

Berikut ini merupakan tugas-tugas dari supervisor, antara lain:

- a) Menjangkau seluruh tim yang ada mulai dari admin, *sprinter* dan lain-lain.
- b) Mendukung kinerja tim agar bekerja dengan lebih baik lagi.
- c) Mampu memimpin, memberi arahan dan memberi bimbingan kepada tim dengan tujuan mendapatkan hasil yang baik.

2) Admin

Seorang admin bertugas untuk menerima, memasukkan, memproses orderan yang ada dari konsumen, memastikan data sudah benar, menangani komplain dari konsumen dan memberikan informasi.

3) Kurir (*sprinter*)

Kurir (*sprinter*) bertugas untuk mengantarkan paket ke alamat penerima sesuai dengan alamat yang tertera pada paket dan kurir (*sprinter*) mengambil paket dari kantor *drop point*.

## 2. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang paling utama disini adalah pelanggan sudah memakai atau menggunakan jasa pengiriman J&T Express Binjai lebih dari 2(dua) kali. Karakteristik responden lainnya akan diuraikan sebagai berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

## a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

		<b>Jenis Kelamin</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	33	33.0	33.0	33.0
	Perempuan	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen atau responden J&T Express Binjai berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 67 orang atau 67.0% dari total responden yang ada.

## b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

		<b>Usia</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 tahun	3	3.0	3.0	3.0
	15 - 30 tahun	68	68.0	68.0	71.0
	31 - 45 tahun	22	22.0	22.0	93.0
	46 - 60 tahun	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen atau responden J&T Express Binjai berusia 15-30 tahun yaitu sebanyak 68.0% dari total responden.

## c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**

		<b>Pekerjaan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	42	42.0	42.0	42.0
	Pegawai Negeri	8	8.0	8.0	50.0
	Karyawan Swasta	16	16.0	16.0	66.0
	Wirausaha	18	18.0	18.0	84.0
	TNI/Polri	1	1.0	1.0	85.0
	Lainnya	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen atau responden J&T Express Binjai memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 42 orang atau 42.0% dari total responden.

## d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.4**

		<b>Pendidikan Terakhir</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP/SMA	45	45.0	45.0	45.0
	Diploma/Sarjana	44	44.0	44.0	89.0
	Pascasarjana	4	4.0	4.0	93.0
	Lainnya	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen atau responden J&T Express Binjai memiliki tingkat pendidikan SMP/SMA yaitu sebanyak 45 orang atau 45.0% dari total responden.

## e. Karakteristik Responden Berdasarkan Berlangganan

**Tabel 4.5**

<b>Berlangganan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 – 5	60	60.0	60.0	60.0
	6 – 10	11	11.0	11.0	71.0
	> 10	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen atau responden berlangganan 2-5 kali yaitu sebanyak 60 orang atau 60.0% dari total responden.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penyebaran angket, masing-masing butir pertanyaan dari setiap variabel harus di isi oleh responden yang berjumlah 100 orang. Jawaban angket disediakan dalam 5 (Lima) alternatif jawaban yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
- b. Setuju (S) dengan skor 4
- c. Ragu-Ragu (R) dengan skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

Adapun Jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh akan ditampilkan pada tabel-tabel berikut ini :

**Tabel 4.6**  
**Peralatan Yang Digunakan J&T Express Binjai Modern**

<b>X1.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	14.0
	Ragu-Ragu	29	29.0	29.0	43.0
	Setuju	37	37.0	37.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.6 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (20%), setuju sebanyak 37 orang (37%), ragu-ragu sebanyak 29 orang (29%), tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang atau 37%. Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa J&T Express Binjai menggunakan peralatan yang modern.

**Tabel 4.7**  
**Karyawan J&T Express Binjai Berpakaian Rapi Dan Bersih**

<b>X1.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Ragu-Ragu	26	26.0	26.0	34.0
	Setuju	47	47.0	47.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.7 diatas, didapat bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (19%), setuju sebanyak 47 orang (47%), ragu-ragu sebanyak 26 orang (26%) dan tidak setuju sebanyak 8 orang (8%). Dari jawaban

responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang (47%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa karyawan J&T Express berpakaian rapi dan bersih.

**Tabel 4.8**  
**J&T Express Binjai Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman**

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	10.0
	Ragu-Ragu	22	22.0	22.0	32.0
	Setuju	32	32.0	32.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.8 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 orang (36%), setuju sebanyak 32 orang (32%), ragu-ragu sebanyak 22 orang (22%), tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5%). Jadi dapat disimpulkan responden sangat setuju bahwa J&T Express Binjai memiliki ruang tunggu yang nyaman.

**Tabel 4.9**  
**Karyawan J&T Express Binjai Mengutamakan Kepentingan Pelanggan**

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	15.0	15.0	15.0
	Ragu-Ragu	13	13.0	13.0	28.0
	Setuju	40	40.0	40.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.9 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (32%), setuju sebanyak 40 orang (40%), ragu-

ragu sebanyak 13 orang (13%), dan tidak setuju sebanyak 15 orang (15%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang (40%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa karyawan J&T Express Binjai mengutamakan kepentingan pelanggan.

**Tabel 4.10**  
**J&T Express Binjai Beroperasi Setiap Hari**

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-Ragu	18	18.0	18.0	19.0
	Setuju	39	39.0	39.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.10 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 orang (42%), setuju sebanyak 39 orang (39%), ragu-ragu sebanyak 18 orang (18%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari jawaban yang paling banyak adalah yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 42 orang (42%). Jadi dapat disimpulkan responden sangat setuju bahwa J&T Express Binjai beroperasi setiap hari.

**Tabel 4.11**  
**Pelayanan J&T Express Binjai Cepat Dan Tepat**

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	15.0
	Ragu-Ragu	16	16.0	16.0	31.0
	Setuju	41	41.0	41.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.11 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%), setuju sebanyak 41 orang (41%), ragu-ragu sebanyak 16 orang (16%), tidak setuju sebanyak 10 orang (10%), dan 5 orang (5%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah menyatakan setuju yaitu sebanyak 41 orang (41%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa pelayanan J&T Express Binjai cepat dan tepat.

**Tabel 4.12**  
**J&T Express Binjai Menyediakan Informasi Terkait Pengiriman Paket Dengan Jelas Melalui Situs Web Yang Dimiliki**

<b>X1.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	7.0
	Ragu-Ragu	18	18.0	18.0	25.0
	Setuju	46	46.0	46.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (29%), setuju 46 orang (46%), ragu-ragu sebanyak 18 orang (18%), tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang (46%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa J&T Express Binjai menyediakan informasi terkait pengiriman paket dengan jelas melalui situs web yang dimiliki.

**Tabel 4.13**  
**Karyawan J&T Express Binjai Merespon Dengan Baik Ketika**  
**Ada Keluhan Pelanggan**

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	12.0
	Ragu-Ragu	24	24.0	24.0	36.0
	Setuju	39	39.0	39.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.13 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (25%), setuju sebanyak 39 orang (39%), ragu-ragu sebanyak 24 orang (24%), tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 39 orang (39%). Jadi dapat disimpulkan bahwa karyawan J&T Express Binjai merespon dengan baik keluhan pelanggan yang ada.

**Tabel 4.14**  
**J&T Express Binjai Dapat Dipercaya Untuk Jasa Pengiriman**

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Ragu-Ragu	19	19.0	19.0	22.0
	Setuju	50	50.0	50.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.14 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%), setuju sebanyak 50 orang (50%), ragu-

ragu sebanyak 19 orang (19%), dan tidak setuju sebanyak 3 orang (3%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 50 orang (50%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa J&T Express Binjai dapat dipercaya untuk jasa pengiriman.

**Tabel 4.15**  
**Karyawan J&T Express Binjai Mampu Memenuhi Janjinya Dalam Memberikan Layanan Pengiriman Maupun Penjemputan Paket Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Ditentukan**

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	15.0
	Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	35.0
	Setuju	37	37.0	37.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0*

Berdasarkan dari tabel 4.15 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%), setuju sebanyak 37 orang (37%), ragu-ragu sebanyak 20 orang (20%), tidak setuju sebanyak 13 orang (13%) dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah menyatakan setuju bahwa J&T Express Binjai mampu memenuhi janjinya dalam memberikan layanan pengiriman maupun penjemputan paket sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

**Tabel 4.16**  
**Karyawan J&T Express Binjai Melakukan Pencatatan Melalui Sistem**  
**Terkait Alamat Pengiriman Paket Secara akurat**

X1.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Ragu-Ragu	19	19.0	19.0	27.0
	Setuju	29	29.0	29.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.16 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang (44%), setuju sebanyak 29 orang (29%), ragu-ragu sebanyak 19 orang (19%), tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang (44%). Jadi dapat disimpulkan responden sangat setuju bahwa J&T Express Binjai melakukan pencatatan melalui sistem terkait alamat pengiriman paket secara akurat.

**Tabel 4.17**  
**J&T Express Binjai Memberikan Jaminan Keamanan Berupa Kompensasi**  
**Atas Kerusakan Dan Kehilangan Paket Melalui Sistem Klaim**

X1.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Ragu-Ragu	26	26.0	26.0	39.0
	Setuju	33	33.0	33.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.17 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%), setuju sebanyak 33 orang (33%), ragu-ragu sebanyak 26 orang (26%), dan tidak setuju sebanyak 13 orang (13%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 33 orang (33%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa J&T Express Binjai memberikan jaminan keamanan berupa kompensasi atas kerusakan dan kehilangan paket melalui sistem klaim.

**Tabel 4.18**  
**J&T Express Binjai Dapat Menjawab Pertanyaan Terkait Keberadaan Paket Melalui Sistem Pelacakan Situs Web J&T Express Yang Dapat Diakses Kapan Saja Dan Dimana Saja**

X1.13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Ragu-Ragu	19	19.0	19.0	23.0
	Setuju	41	41.0	41.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0*

Berdasarkan dari tabel 4.18 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 orang (36%), setuju sebanyak 41 orang (41%), ragu-ragu sebanyak 19 orang (19%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), dan sangat tidak setuju 1 orang (1%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 36 orang (36%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa J&T Express Binjai dapat menjawab pertanyaan terkait keberadaan paket melalui situs web yang dapat diakses kapan dan dimana saja.

**Tabel 4.19**  
**Saya Merasa Puas Dengan Kinerja Layanan Pengiriman**  
**Paket J&T Express Binjai**

<b>X2.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	13.0
	Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	33.0
	Setuju	42	42.0	42.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.19 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (25%), setuju sebanyak 42 orang (42%), ragu-ragu sebanyak 20 orang (20%), tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang (42%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa mereka merasa puas dengan kinerja layanan pengiriman paket J&T Express Binjai.

**Tabel 4.20**  
**Saya Merasa Puas Dengan Pengiriman Paket J&T Express Binjai Karena**  
**Sudah Sesuai Dengan Ketentuan Yang Dijanjikan**

<b>X2.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Ragu-Ragu	22	22.0	22.0	30.0
	Setuju	42	42.0	42.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.20 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (28%), setuju sebanyak 42 orang (42%), ragu-ragu sebanyak 22 orang (22%), tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang (42%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa mereka puas dengan pengiriman paket J&T Express Binjai karena sudah sesuai dengan ketentuan yang dijanjikan.

**Tabel 4.21**  
**Saya Merasa Puas Dengan Pelayanan Yang Diberikan Oleh J&T Express Binjai Karena Sudah Sesuai Dengan Harapan Saya**

<b>X2.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
	Ragu-Ragu	19	19.0	19.0	29.0
	Setuju	45	45.0	45.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0*

Berdasarkan dari tabel 4.21 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (26%), setuju sebanyak 45 orang (45%), ragu-ragu sebanyak 19 orang (19%), tidak setuju sebanyak 8 orang (8%), dan sangat tidak setuju 2 orang (2%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 45 orang (45%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan J&T Express Binjai karena sudah sesuai dengan harapan mereka.

**Tabel 4.22**  
**Saya Merasa Puas Dengan Pengiriman Paket J&T Express Binjai Karena Sudah Sesuai Dengan Harapan Saya Selama Ini**

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Ragu-Ragu	16	16.0	16.0	27.0
	Setuju	48	48.0	48.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.22 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (25%), setuju sebanyak 48 orang (48%), ragu-ragu sebanyak 16 orang (16%), dan tidak setuju sebanyak 11 orang (11%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang (48%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa mereka merasa puas dengan pengiriman paket J&T Express Binjai karena sudah sesuai dengan harapan selama ini.

**Tabel 4.23**  
**Saya Akan Menggunakan Lagi Jasa Pengiriman J&T Express**

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	6.0
	Ragu-Ragu	15	15.0	15.0	21.0
	Setuju	48	48.0	48.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.23 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (31%), setuju sebanyak 48 orang (48%), ragu-

ragu sebanyak 15 orang (15%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%). Dari responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang (48%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa akan menggunakan lagi jasa pengiriman J&T Express.

**Table 4.24**  
**Saya Akan Tetap Setia Pada Jasa Pengiriman J&T Express**

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	14.0
	Ragu-Ragu	19	19.0	19.0	33.0
	Setuju	44	44.0	44.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.24 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (23%), setuju sebanyak 44 orang (44%), ragu-ragu sebanyak 19 orang (19%), tidak setuju sebanyak 12 orang (12%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari jawaban responden yang paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang (44%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa akan tetap setia pada jasa pengiriman J&T Express.

**Tabel 4.25**  
**J&T Express Adalah Pilihan Pertama Saya Untuk Jasa Pengiriman**

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	17	17.0	17.0	19.0
	Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	39.0
	Setuju	34	34.0	34.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.25 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 orang (27%), setuju sebanyak 34 orang (34%), ragu-ragu sebanyak 20 orang (20%), tidak setuju sebanyak 17 orang (17%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari jawaban responden yang paling banyak sebanyak 32 orang (34%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa J&T Express menjadi pilihan pertama untuk jasa pengiriman.

**Tabel 4.26**  
**Saya Bersedia Menceritakan Hal-Hal Positif Tentang J&T Express Kepada Orang Lain**

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	9.0
	Ragu-Ragu	21	21.0	21.0	30.0
	Setuju	32	32.0	32.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan dari tabel 4.26 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang (38%), setuju sebanyak 32 orang (32%), ragu-ragu sebanyak 21 orang (21%), tidak setuju sebanyak 7 orang (7%), dan sangat

tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang (38%). Jadi dapat disimpulkan responden sangat setuju bahwa akan menceritakan hal-hal positif tentang J&T Express kepada orang lain.

**Tabel 4.27**  
**Saya Sering Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express Sehingga Saya Akan Menyarankan Kepada orang Lain**

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	8.0
	Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	28.0
	Setuju	52	52.0	52.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0*

Berdasarkan dari tabel 4.27 diatas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (20%), setuju sebanyak 52 orang (52%), ragu-ragu sebanyak 20 orang (20%), tidak setuju sebanyak 6 orang (6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 52 orang (52%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa akan menyarankan kepada orang lain jasa pengiriman J&T Express.

#### **4. Pengujian Kualitas Data**

##### **a. Pengujian Validitas**

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar angket yang telah disajikan pada responden maka perlu dilakukan uji validitas. Apabila uji validitas

setiap pertanyaan lebih besar ( $> 0,30$ ), maka butir pertanyaan dianggap valid atau layak.

**Tabel 4.28**  
**Uji Validitas ( $X_1$ ) Kualitas Pelayanan**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	46.93	60.793	.631	.888
X1.2	46.76	63.235	.589	.890
X1.3	46.64	61.364	.537	.893
X1.4	46.64	61.364	.593	.890
X1.5	46.31	64.984	.509	.893
X1.6	46.76	59.538	.646	.887
X1.7	46.57	62.126	.635	.888
X1.8	46.81	60.964	.585	.890
X1.9	46.50	63.747	.616	.889
X1.10	46.77	59.270	.703	.884
X1.11	46.45	62.189	.553	.892
X1.12	46.77	60.118	.692	.885
X1.13	46.45	63.886	.522	.893

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Dari tabel 4.28 di atas, didapat hasil output SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil dari uji validitas dari 13 (tiga belas) butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid atau layak karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

**Tabel 4.29**  
**Uji Validitas (X<sub>2</sub>) Kepuasan Pelanggan**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.61	5.452	.721	.772
X2.2	11.49	5.970	.672	.795
X2.3	11.53	5.908	.648	.806
X2.4	11.51	6.131	.643	.807

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Dari tabel 4.29 di atas, di dapat hasil output SPSS diketahui nilai uji validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 4 (empat) butir pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan valid atau layak karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

**Tabel 4.30**  
**Uji Validitas (Y) Loyalitas Pelanggan**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	15.20	10.848	.608	.828
Y2	15.47	9.807	.725	.797
Y3	15.54	8.877	.802	.772
Y4	15.24	9.922	.684	.808
Y5	15.39	11.776	.465	.861

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Dari tabel 4.30 di atas, di dapat hasil output SPSS diketahui nilai uji validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban

responden. Hasil uji validitas dari 5 (lima) butir pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan dapat dinyatakan valid atau layak karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

#### b. Pengujian Relibialitas

Butir angket dikatakan reliable atau handal apabila jawaban responden terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau handal dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Angket dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.31**  
**Uji Relibialitas (X<sub>1</sub>) Kualitas Pelayanan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	13

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Dari tabel 4.31 diatas, didapat hasil output SPSS diketahui nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,897 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang telah diberikan kepada responden yang terdiri dari 13 butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan adalah reliabel atau handal.

**Tabel 4.32**  
**Uji Relibialitas (X<sub>2</sub>) Kepuasan Pelanggan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	4

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Dari tabel 4.32 di atas, didapat hasil output SPSS diketahui nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,838 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa

pernyataan yang telah diberikan kepada responden yang terdiri dari 4 pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel atau handal.

**Tabel 4.33**  
**Uji Reliabilitas (Y) Loyalitas Pelanggan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	5

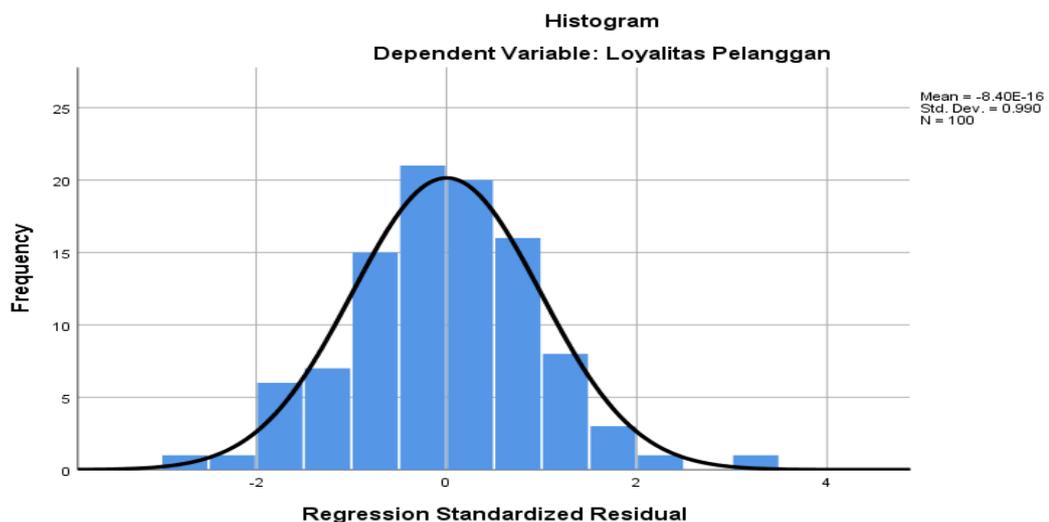
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Dari tabel 4.33 di atas, didapat hasil output SPSS diketahui nilai cronbach's alpha sebesar  $0,847 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang telah diberikan kepada responden yang terdiri dari 5 pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan adalah reliabel atau handal.

## 5. Pengujian Asumsi Klasik

### a. Normalitas Data

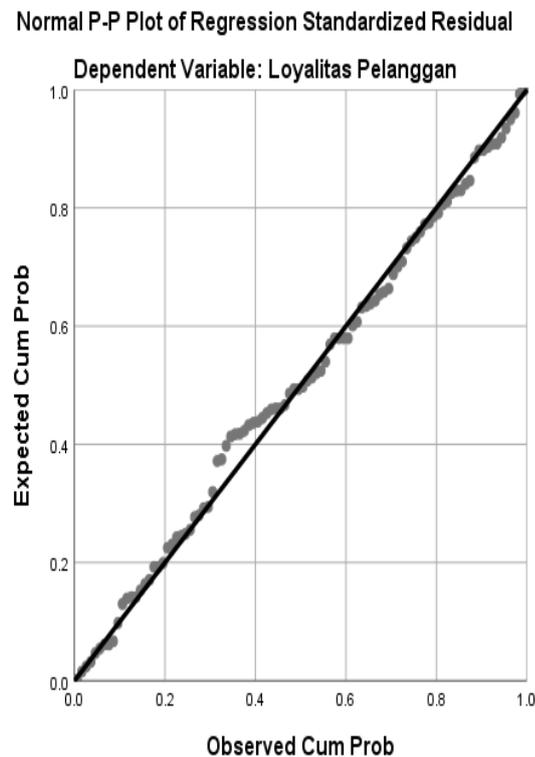
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik akan berdistribusi data normal atau mendekati normal.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.3 diatas, hasil pengujian normalitas data diketahui bahwa data telah berdistribusi secara normal, dimana pada gambar histogram di atas membentuk seperti lonceng dan memiliki kecembungan seimbang ditengah.



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Gambar 4.4 PP Plot Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.4 di atas, kemudian untuk hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas pelanggan berdistribusi secara normal.

Untuk lebih memastikan apakah data disepanjang garis diagonal tersebut berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji kolmogrov-smirnov (1 sample KS) yakni dengan melihat data residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak.

Jika nilai Asym.sig (2-tailed) > taraf nyata ( $\alpha=0,05$ ) maka data residual berdistribusi normal.

**Tabel 4.34**  
**Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.25846735
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.035
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.200<sup>c,d</sup></b>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Pada tabel 4.34 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data besar nilai signifikansi kolmogrov-smirnov sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dengan demikian dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikasinya lebih besar dari  $0,05$ .

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai observasi data telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value*  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$  maka ini tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Uji multikolinieritas dari hasil angket yang telah didistribusikan kepada responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.35**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.248	1.394		.895	.373		
	Kualitas Pelayanan	.154	.042	.332	3.704	.000	.424	2.356
	Kepuasan Pelanggan	.664	.111	.537	5.991	.000	.424	2.356

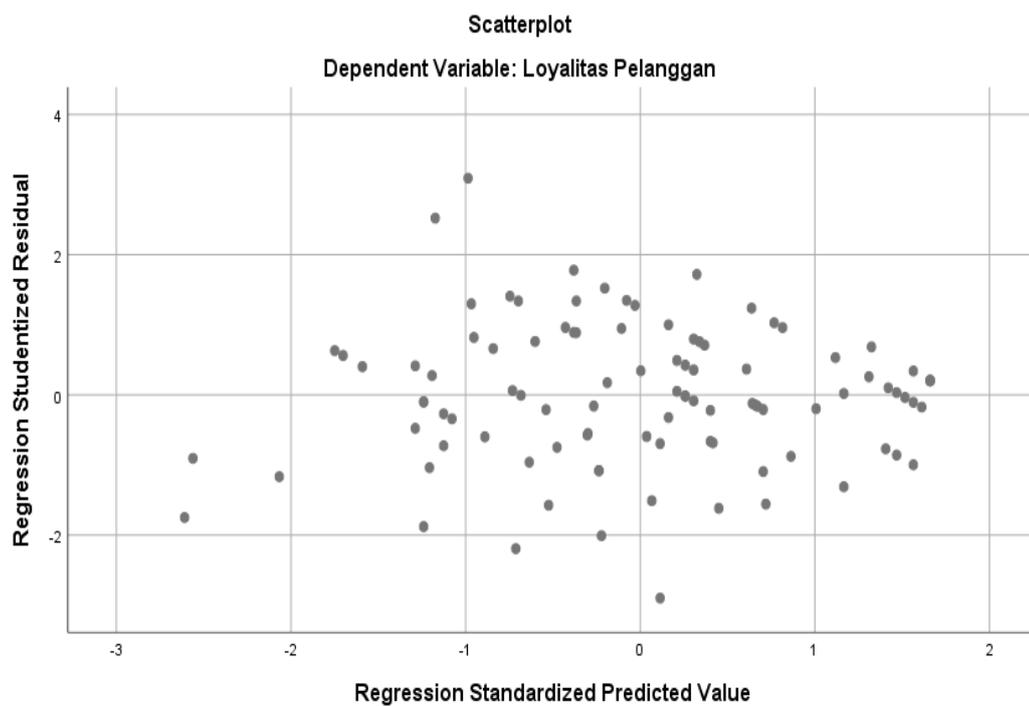
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)  
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan tabel 4.35 diatas, dapat dilihat bahwa angka *variance inflation factor* (VIF) lebih kecil dari 10 antara lain adalah kualitas pelayanan (X1) sebesar  $2,356 < 10$ , kepuasan pelanggan sebesar  $2,356 < 10$ , serta nilai *tolerance* kualitas pelayanan sebesar  $0,424 > 0,1$ , kepuasan pelanggan sebesar  $0,424 > 0,1$ , sehingga terbebas dari masalah multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika *variance* berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Deteksi adanya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Dengan kriteria pengambilan keputusan jika tidak ada pola tertentu atau pola yang tidak jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0*

Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.5 diatas, gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar diatas juga menunjukkan bahwa sebaran titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 6. Uji Kesesuaian (Test Goodness Of Fit)

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Dengan rumus analisis regresi berganda sebagai berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \hat{\epsilon}$$

**Tabel 4.36**  
**Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	<b>1.248</b>	1.394		.895	.373		
	Kualitas Pelayanan	<b>.154</b>	.042	.332	3.704	.000	.424	2.356
	Kepuasan Pelanggan	<b>.664</b>	.111	.537	5.991	.000	.424	2.356

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan tabel 4.36 diatas diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut ini:

$$Y = 1,248 + 0,154 X_1 + 0,664 X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda diatas adalah:

- 1) Nilai konstanta menunjukkan tanda positif yang berarti jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol maka nilai loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 1,248.
- 2) Nilai koefisien kualitas pelayanan menunjukkan tanda positif yang berarti jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,154 atau 15,4 %.

- 3) Nilai koefisien kepuasan pelanggan menunjukkan tanda positif yang berarti jika terjadi peningkatan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,664 atau 66,4%.

## b. Uji Hipotesis

### 1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (t) digunakan untuk menguji setiap variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%.

**Tabel 4.37**  
**Uji Parsial (Uji t)**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.248	1.394		.895	.373		
	Kualitas Pelayanan	.154	.042	.332	<b>3.704</b>	<b>.000</b>	.424	2.356
	Kepuasan Pelanggan	.664	.111	.537	<b>5.991</b>	<b>.000</b>	.424	2.356

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan tabel 4.37 di atas, dapat dilihat bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut ini:

Hi diterima dan H0 ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig\ t < 5\%$

Hi ditolak dan H0 diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig\ t > 5\%$

- a) Hasil kualitas pelayanan menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 3,704 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka, Hi diterima dan H0 ditolak, ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

- b) Hasil kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 5,991 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka,  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, ini menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

## 2) Uji Bersama-sama (Uji F)

Uji bersama-sama (F) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dengan menggunakan tingkat nilai signifikansi 0,05 atau 5%. Pengujian dengan kriteria berikut ini :

Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig\ F < 5\%$  maka, Tolak  $H_0$  (Terima  $H_1$ ).

Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sig\ F > 5\%$  maka, Terima  $H_0$  (Tolak  $H_1$ ).

**Tabel 4.38**  
**Uji Bersama-sama**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1021.623	2	510.812	<b>98.123</b>	<b>.000<sup>b</sup></b>
	Residual	504.967	97	5.206		
	Total	1526.590	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan tabel 4.38 diatas, dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 98,123 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 yang dapat dilihat pada probabilitas signifikan 0,05 (lihat pada lampiran tabel F). Probabilitas signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

## 7. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya kontribusi variasi variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.39**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	<b>.818<sup>a</sup></b>	.669	<b>.662</b>	2.282

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Version 25.0

Berdasarkan tabel 4.39 diatas, dapat dilihat nilai *adjusted R square* sebesar 0,662 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 66,2% loyalitas pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya  $100\% - 66,2\% = 33,8\%$  dijelaskan oleh faktor lain atau variabel diluar model, seperti citra merek, kepercayaan, harga, dan lain-lain.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai regresi sebesar 0,154 yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ini dikarenakan nilai regresi bernilai positif.

Hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 3,704 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka,  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas

pelanggan.

Oleh karena itu, hipotesis H1 yang berbunyi : “Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di kota Binjai” dapat diterima dan terbukti benar.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya Made Caesar Surya dan Ni wayan Ekawati (2017) yang berjudul inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor vespa yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini terjadi karena adanya pelayanan yang terbaik yang diterapkan oleh perusahaan maka perusahaan mendapatkan keuntungan seperti pelanggan yang menjadi loyal.

## **2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) memiliki nilai regresi sebesar 0,664 yang artinya bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ini dikarenakan nilai regresi bernilai positif.

Hasil uji t menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 5,991 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan 0,000. Maka,  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, hipotesis H2 yang berbunyi : “Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di kota Binjai” dapat diterima dan terbukti benar.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya Marijati Sangen (2014) yang berjudul pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap

loyalitas pelanggan lembaga pengembangan dan sertifikasi batu mulia (LPSB) di Martapura Kabupaten Banjar yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan dari pelanggan J&T Express Binjai dapat membuat pelanggan menjadi loyal.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis dari pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) masing-masing memiliki nilai regresi positif yang mengindikasikan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} 98,123 > F_{tabel}$  sebesar 3,09 dan probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Maka, hasil pengujian memenuhi persamaan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$ .

Oleh karena itu, hipotesis H3 yang berbunyi : “Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di kota Binjai” dapat diterima dan terbukti.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hasan (2014) yang menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, citra merek, nilai yang dirasakan, kepercayaan, relasional pelanggan, biaya peralihan, dan dependabilitas.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya Aloysius Ranga Aditya Nalendra (2018) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pelanggan IM3 Madiun) yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan. Dalam hal ini pelanggan menjadi loyal apabila mendapatkan pelayanan yang terbaik dan merasakan kepuasan serta kenyamanan yang telah diberikan oleh jasa pengiriman J&T Express Binjai. Maka dari itu, kedua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya pelayanan yang dilakukan oleh jasa pengiriman J&T Express Binjai maka perusahaan akan selalu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Loyalitas pelanggan menjadi kelanjutan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan untuk dapat melakukan pembelian kembali.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian yang telah peneliti lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai hasil dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai dengan besar nilai regresi sebesar 0,154 dan besar thitung 3,704 dengan signifikan sebesar 0,000.
- b. Kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai dengan besar regresi sebesar 0,664 dan besar thitung sebesar 5,991 dengan signifikan 0,000.
- c. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express di Kota Binjai dengan besar signifikan sebesar 0,000 dan nilai Fhitung sebesar 98,123 dengan kontribusi yang diberikan berdasarkan uji determinasi sebesar 0,662 dengan R sebesar 0,818.

## 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan untuk perusahaan, yaitu:

- a. Diharapkan kepada J&T Express Binjai merespon dengan baik setiap keluhan-keluhan pelanggan dengan ini dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
- b. Diharapkan juga kepada J&T Express Binjai lebih mengutamakan kepentingan pelanggan agar terpenuhinya kepuasan pelanggan dan terciptanya loyalitas pelanggan.
- c. Diharapkan kepada J&T Express Binjai lebih memperhatikan kepuasan pelanggan seperti harapan-harapan dari pelanggan yang ada khususnya dalam layanan pengiriman bisa dengan menyediakan kotak saran di depan kantor.
- d. Diharapkan kepada J&T Express Binjai bisa mempercepat waktu pengiriman dengan barang yang sudah ada di kantor agar terciptanya penggunaan berulang.
- e. Jika ada keluhan-keluhan pelanggan tentang keamanan ataupun kerusakan dalam pengiriman diharapkan kepada J&T Express Binjai dapat menggunakan asuransi yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL:

- Aris, I., & Utama, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat. *Jurnal of Business and Management Sciences*, 5(6), 2928–2938.
- Aspan, H., Indrawan, M. I., & Wahyuni, E. S. The authority of active partners and passive partners in the company type of commanditaire vennootschap.
- Basith, A. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan DeâPans Pancake and Waffle di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 11(1), 82300.
- Bermuli, J. E., Sulistijorini, S., & Rahayu, S. (2019). Population Structure of Hoyas Spp.(Apocynaceae: Asclepiadoideae) at Bodogol Nature-conservation Education Center, Indonesia. *Biotropia*, 26(2), 272120.
- El Fikri, M., Andika, R., Febrina, T., Pramono, C., & Pane, D. N. (2020). Strategy to Enhance Purchase Decisions through Promotions and Shopping Lifestyles to Supermarkets during the Coronavirus Pandemic: A Case Study IJT Mart. Deli Serdang Regency, North Sumatera.
- Hairany, E., & Sangen, M. (2014). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lembaga Pengembangan dan Sertifikasi Batu Mulia (LPSB) di Martapura Kabupaten Banjar. *Wawasan Manajemen*, 2(3), 251–260.
- Henriawan, D. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). *Copetition*, VI(2), 71–62.
- Indrawan, M. I. (2021). Determinan Kesiapan Mahasiswa Manajemen Unpab Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea). *Jumant*, 12(2), 208–215.
- Indrawan, M. I. (2021). Antecedent Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jumant*, 12(1), 245–251.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1–5.
- Sejati, B. S. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593*, 5(3), 1–19.
- Setiawan, A., Hasibuan, H. A., Siahaan, A. P. U., Indrawan, M. I., Rusiadi, I. F., Wakhyuni, E., ... & Rahayu, S. (2018). Dimensions of cultural intelligence and technology skills on employee performance. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(10), 50-60.

- Surya, M. C., & Ekawati N. W. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor vespa. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Bali , Indonesia. 6(3), 1674–1700.
- Ulfiana, E., Wahyuni, S., & Rahayu, S. (2020). The effect of postpartum coping skill classes (PCSC) on stress level, cortisol levels, maternal self-efficacy, and baby's growth and development In Semarang, Central Java. *Malaysian Journal of Public Health Medicine*, 20(1), 122-129.
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2017). Pengaruh Relationship Marketing, Kepuasan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Sederhana Masakan Padang. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), 331–337.
- Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2(1).

**BUKU :**

Griffin, J. (2013). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P., & K. L. Keller. (2016). *Marketing Management 13th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, P., & K. L. Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta : Erlangga.

Manullang, M., & Pakpahan, M. (2014). *Metode Penelitian: Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Cipta Pustaka Media.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono.(2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012) *.Strategi Pemasaran:Edisi 3*.Yogyakarta:Andi offset.

**SITUS INTERNET :**

J&T Express : <https://www.jet.co.id>

Top Brand Award : <https://www.topbrand-award.com>