

**SKRIPSI**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR  
CABANG ALAUDDIN MAKASSAR**

**METRADA FAUKAL  
105720454713**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

Nama Mahasiswa : MetradaFaukal

No. Stambuk : 105720 4547 13

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini diperiksa dan diajukan di depan tim penguji skripsi strata satu (S1) pada hari sabtu 03 Februari 2018 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

### Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H. Abd Rahman Rahim., SE., MM**

**Samsul Rizal, SE., MM**

### Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

**Ismail Rasulong, SE., MM**  
NBM: 903078

**Moh. Aris Pasigai, SE., MM**  
NBM: 109 3485

## PKATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini dengan baik. Tidak lupa salam dan sholawat tetap tercurah kepada Rasulullah sebagai penyempurna akhlak umat manusia dan pembawa kabar bahagia bagi orang-orang yang beriman. Teristimewa dan terutama sekali penulis sampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada **Ayahanda tercinta Hasirin SE dan Ibunda tercinta Emiatin**, yang senantiasa mendidik, membiayai, menasehati, memberi semangat dan dukungan, serta tak henti-hentinya mendoakan untuk kesuksesan Ananda. Atas segala pengorbanan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu sejak kecil sampai sekarang ini. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi kebaikan dan cahaya penerang kehidupan di dunia akhirat.

Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Adapun judul penulisan skripsi ini adalah; “Analisis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar”

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankan penulis untuk menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim., SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang senantiasa memberi asupan ilmu dan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong., SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai., SE., MM sebagai ketua jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak DR. H. Abd Rahman Rahim, SE MM. dan Bapak Samsul Risal,SE,MM selaku pembimbing I dan II atas kesediaannya yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan, saran, memotivasi, mengoreksi serta memberikan masukan yang membangun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah melancarkan penulis dalam pengurusan dan memberikan banyak ilmu dan berbagai pengalaman selama penulis menimba ilmu di bangku kuliah.
6. Bapak Munajir, SE. selaku kepala Agen PT.TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Makassar yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian, serta

Bapak Ns.Agus Salam S.kep selaku staff yang senantiasa membantu penulis selama melakukan penelitian di PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakuru Makassar.

7. Sahabat-sahabat seperjuanganku Manajemen 10-13 dan terkhususnya buat Hasnawati SE, Irmayanti Sulistiaty Thamrin SE, Andi Widiyanti SE, Magfira Dizzania Maulani SE, dan Samsir SE, yang selama ini selalu memberikan masukan positif, pendorong untuk menjadi yang terbaik, ada di saat susah maupun senang, karena kebersamaan inilah penulis bisa menempuh setiap proses sampai pada skripsi selesai.
8. Kepada kakakku ( Sri Purnayanti, Agus Salam, Novita Elvira ) tiada kata yang paling indah yang patut ku ucapkan rasa syukur dan terima kasih memiliki kakak seperti kalian yang rela mengurus tenaga dan pikirannya serta semua keluarga besarku, terima kasih atas cinta, perhatian, materi dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama ini. Semoga Allah selalu mendekap kita semua pada rahmat, cinta, dan kasih-Nya. Amin!

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masihlah jauh dari unsur kesempurnaan, masih banyak terdapat kekeliruan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan tugas akhir ini.

Semoga segala bentuk bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak dibalas oleh Allah SWT. Dan semoga tugas akhir ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan

program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Makassar.  
Akhirnya semoga segenap aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho  
dari-Nya. Allahumma amin.

Makassar, Desember 2017

Penulis

**Metrada Faukal**

## **MOTTO**

“Sesuatu akan menjadi kebanggaan, Jika sesuatu itu dikerjakan bukan hanya dipikirkan Dan Sebuah cita-cita akan menjadi kesuksesan, Jika kita awali dengan bekerja untuk mencapainya. Bukan hanya menjadi impian dalam hidup”

## **PERSEMBAHAN**

*AlhAlahamdulillahirobbil'alamin*

*Sujud syukur kupersembahkan kepadamu Tuhan yang maha agung atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman, dan bersabar dalam menjalani hidup. semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk meraih cita-cita besarku.*

*Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk Ayahanda dan Ibundaku tercinta, yang tiada henti memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan.*

*Izinmu hadirkan keridhoan untukku, petuahmu tuntunkan jalanku, pelukmu berkahi hidupku, perjuangan serta tetesan doa malammu mudahkan urusanku, dan senyuman hangatmu merangkul diriku menuju hari depan yang cerah, hingga diriku selesai dalam studi sarjana.*

*Dengan kerendahan hati yang tulus, bersama keridhoan Mu ya Allah, kupersembahkan karya tulis ini untuk yang istimewa, Ayah dan Ibu. Mungkin tak dapat selalu terucap, namun hati ini selalu bicara, sungguh ku sayang kalian. Terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas pengorbananmu. Maafkan anakmu Ayah, Ibu, masih saja ananda menyusahkanmu.*

*Dalam setiap langkah aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan, meski belum semua itu ku raih Insya Allah atas dukungan, doa dan restu semua mimpi itu kan tercapai dimasa yang penuh kehangatan nantinya. Untuk itu*

*kepersembahkan terima kasih kepada kakakku (Sri Purnayanti, Agus Salam dan Novita El Vira) dan adik-adikku (Merlia aulia dan Sepmin Al Furqan)*



## **ABSTRAK**

Metrada Faukal. Stambuk 10572 04547 13, **Analisis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar**, dibimbing oleh H. Abd Rahman Rahim dan Samsul Rizal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan menjangk 95 orang pelanggan sebagai sampel, sedangkan pengumpulan data menggunakan teknik observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Untuk menjelaskan karakteristik responden menggunakan analisis persentase, sedangkan untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis dianalisis dengan menggunakan analisis : Regresi Linear Sederhana, dan Koefisien Determinasi.

Hasil perhitungan determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberi pengaruh sebesar 62,3% terhadap variabel loyalitas pelanggan, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 37,7% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Jasa .....	7
C. Kualitas Pelayanan .....	10
D. Loyalitas Pelanggan .....	12
E. Tinjauan Empiris.....	15
F. Kerangka Pikir .....	18
G. Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
C. Teknik Pengumpulan Data .....	20
D. Jenis dan Sumber Data .....	21

E. Populasi dan Sampel .....	22
F. Defenisi Operasional dan Pengukuran.. .....	24
G. Metode Analisis.....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>28</b>
A. Sejarah Umum PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).....	28
B. Visi dan Misi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).....	33
C. Struktur Organisasi.....	34
D. Uraian Tugas .....	35
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Responden.....	39
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	42
C. Hasil Metode Analisis .....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Simpulan.....	68
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	40
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1 .....	43
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2 .....	44
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3 .....	45
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4 .....	46
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5 .....	47
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6 .....	48
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7 .....	49
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8 .....	50
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 9 .....	51
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 10 .....	52
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1 .....	53
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2 .....	55
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3 .....	56
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4 .....	57
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5 .....	58
Tabel 5.20 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6 .....	59
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7 .....	61
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8 .....	62
Tabel 5.23 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	63
Tabel 5.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)... ..	64

## **DAFTAR GAMBAR**

Daftar 2.1 Gambar Kerangka Pikir .....	18
Daftar 4.2 Gambar Struktur Organisasi .....	35

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kemajuan pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan salah satu ciri modernisasi. Hal ini senantiasa menuntut perubahan dalam segala bidang kehidupan manusia terutama dalam bidang penyediaan pelayanan yang berhubungan dengan data, informasi serta barang dan jasa. Perkembangan informasi dan teknologi dalam bidang penyediaan jasa menuntut tersedianya pemenuhan kebutuhan masyarakat modern saat ini. Di antaranya kebutuhan akan kecepatan pelayanan, pengiriman maupun penerimaan layanan jasa, informasi, barang dan dokumen.

Sejak dahulu, masyarakat sudah mengenal pentingnya pemenuhan akan kebutuhan pertukaran dan pengiriman informasi serta barang dan dokumen. Orang menggunakan burung merpati sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, sedangkan untuk memenuhi kebutuhan pertukaran barang dari satu tempat ke tempat lainnya, masyarakat jaman dahulu menggunakan jalur laut seperti kapal ataupun jalur darat seperti berjalan kaki atau menggunakan kereta. Perkembangan dunia dewasa ini ditandai dengan arus globalisasi di segala bidang yang membawa dampak cukup besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia.

Tingkat perkembangan ekonomi dunia dewasa ini ditandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula dengan tingginya tingkat mobilitas penduduk,

lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan. Di sisi lain beban tugas pemerintah semakin berat karena semakin tingginya tuntutan peningkatan kesejahteraan rakyat. Salah satu kebutuhan hidup yang tak kalah penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jumlahnya cukup banyak dari perusahaan kecil yang bersekala kecil sampai perusahaan asing berskala besar yang memiliki kantor cabang di mancanegara.

Perusahaan pengiriman jasa bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Layanan yang ditawarkan perusahaan pengiriman bervariasi. Ada yang menawarkan tujuan pengiriman ke luar kota di Indonesia dan berbagai negara di dunia, tetapi ada juga yang hanya menawarkan pengiriman ke tujuan-tujuan tertentu. Hal ini menjadikan daya saing antar perusahaan semakin ketat, sehingga di butuhkan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar menjadi pilihan utama pelanggan.

Perusahaan perlu meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu pengiriman dan kebijakan harga karena dua hal tersebut menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman. Untuk meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan tidaklah mudah, salah satu caranya dengan memanfaatkan perilaku loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri,

dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa perusahaan pengiriman tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahapan dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal dan klien perusahaan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya.

Berdasarkan manfaat loyalitas pelanggan tersebut maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap



mendapat kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan.

Dewasa ini perkembangan bisnis dibidang pengiriman jasa menunjukkan tren sangat positif, hal ini menjadikan daya saing antar perusahaan semakin ketat, sehingga di butuhkan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar menjadi pilihan utama pelanggan. Banyak sekali perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang baik perusahaan negeri maupun perusahaan swasta seperti PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang.

Kualitas layanan harus mulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Sekarang ini pelanggan semakin piawai dalam permintaan mereka dan menuntut standar pelayanan yang tinggi. JNE menyadari pentingnya menjalin hubungan dengan konsumen. Untuk dapat mewujudkannya, para pegawai harus dilatih sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Layanan pelanggan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam memperhatikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan perlu diperhatikan kriteria penentu kualitas jasa pelayanan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang :“Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE Cabang Alauddin”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dalam pemasaran serta lebih meningkatkan kinerja bagi para karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, serta kelangsungan dan perkembangan perusahaan.

### **2. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian mengenai hal yang sama, dan diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian ini yang mempunyai objek penelitian yang sejenis.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pemasaran**

Pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan nasabahnya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada nasabahnya. Keterlibatan semua pihak dari manajemen puncak hingga karyawan non manajerial dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran dalam melakukan aspek pemasaran yang diartikan kebanyakan orang mengatakan bahwa pemasaran berarti, menjual atau memasang iklan. Dan bahkan ada pula yang mengatakan bahwa pemasaran sama halnya dengan melakukan kegiatan distribusi, promosi, dan sebagainya, tetapi semua hal-hal diatas pada dasarnya belum mendekati sebagaimana yang diinginkan. Namun sangat penting untuk diketahui bahwa menjual, memasang iklan, dan melakukan kegiatan distribusi merupakan sebagian dari kegiatan pemasaran, karena kegiatan pemasaran meliputi sebagian kegiatan yang lebih dari hanya sekedar menjual dan memasang iklan.

Menurut Philip Kotler (2005 : 10) bahwa pemasaran merupakan proses sosial yang dengan satu proses individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Sofjan Assauri (2009 : 5) mengemukakan bahwa, pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa tepat

kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Menurut William J. Stanton dikutip oleh Susatyo Herlambang (2014 : 3) menyatakan bahwa, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Sedangkan menurut Nitisetemo ( 2000 : 31) pemasaran adalah semua aspek kegiatan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif.

Menurut William J. Stanton dikutip oleh Danang Sunyoto (2014 : 18), pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Menurut Kotler dikutip oleh Danang Sunyoto (2014 : 18), pemasaran merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka pemasaran berarti suatu aktivitas dan kegiatan manusia berlangsung dalam kaitannya jual beli di pasar,

atau berarti bekerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilaksanakan dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh laba. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan tersebut tergantung bagaimana memasarkan suatu produk itu sendiri sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Dari beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan oleh para penjual dan pembeli.

## **B. Jasa**

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran yang berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Berikut ini diantaranya:

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008 : 5), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Menurut Zeithamal dan Bitner (2007 : 243), Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi secara bersamaan dengan

waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Sedangkan menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Buchari Alma (2009 : 243) bahwa definisi jasa ialah sesuatu yang dapat didefinisikan secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan atau tindakan yang bersifat intangible (tidak berwujud fisik).

Selanjutnya ada empat karakteristik utama jasa, yaitu :

a. Tidak berwujud (*intangible*)

Jasa bersifat intangible, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda, maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha.

b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan ataupun organisasi serta perangkat mesin/teknologi yang menyertainya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut.

c. Berubah-ubah/aneka ragam (*varisbility*)

Kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbeda-beda, tergantung pada siapa yang member, bagaimana memberikannya, serta tergantung waktu dan tempat dimana jasa tersebut diberikan.

d. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak bias disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberikan.

## **C. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian kualitas pelayanan**

Menurut Goetsch & Davis yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2007 : 110), kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler dan killer (2008 : 143), kualitas (*Quality*) adalah totalitas fitur dan produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Lewis & Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2012 : 157), kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

## **2. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik kinerja layanan. Parasuraman, et al, (dalam Kotler, 2007 : 56) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Tangible* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan saran dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu suatu kemauan untuk membantu pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.



- e. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan tersebut, maka kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

#### **D. Loyalitas Pelanggan**

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

Dalam strategi pemasaran salah satu atribut terpenting dalam menciptakan loyalitas adalah pelayanan. Dalam konteks bisnis, loyalitas dijelaskan sebagai keinginan konsumen untuk berlangganan pada perusahaan terus menerus, membeli dan menggunakan produk dan jasa perusahaan berulang kali, dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138), mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Menurut Purwani dan Dharmmseta (2002 : 94), loyalitas adalah sikap terhadap produk atau jasa yang dieksperikan oleh konsumen dalam bentuk

keyakinan suka atau tidak suka, dan memutuskan apakah ingin membeli produk atau tidak.

Menurut Lovelock (2007:133) loyalitas adalah suatu keputusan pelanggan untuk secara suka rela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.

## **2. Pengukuran Loyalitas**

Menurut Griffin (2005: 31) loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang :

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur.

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.

- b. Membeli antar lini produk dan jasa.

Pelanggan yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan, melainkan mereka juga membeli produk ataupun jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

- c. Mereferensikan kepada orang lain.

Pelanggan yang loyal selalu ingin mereferensikan suatu produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain, baik kepada teman maupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya.

- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Para pelanggan yang loyal selalu menolak apabila ditawari produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan.

Menurut Tjiptono (2014 : 399), menjelaskan loyalitas mencakup dua komponen yang penting, yaitu berupa loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap. Kombinasi dari dua komponen tersebut akan menghasilkan empat jenis situasi kemungkinan loyalitas, yaitu: *no loyalty*, *spurious loyalty*, *latent loyalty*, dan *loyalty*. Adapun penjelasan adalah sebagai berikut :

- a. Tanpa loyalitas (*No Loyalty*)

Hal ini dapat terjadi bila sikap dan perilaku pembelian ulang pelanggan sama-sama lemah, maka loyalitas tidak terbentuk.

- b. Loyalitas lemah (*Spurious Loyalty*)

*Spurious loyalty* terjadi bila sikap yang relatif lemah disertai pola pembelian ulang yang kuat. Situasi seperti ini ditandai dengan factor non sikap terhadap perilaku misalnya norma subjektif dan factor situasional. Situasi ini dilakukan pola *inertia*, dimana konsumen sulit membedakan berbagai merek dalam kategori produk dengan tingkat keterlibatan rendah, sehingga pembelian ulang dilakukan atas dasar pertimbangan situasional, seperti dikarenakan penempatan produk yang strategis pada lokasi atau jalan yang ramai atau factor diskon.

c. Loyalitas tersembunyi (*Latent Loyalty*)

Situasi *latent loyalty* tercermin bila sikap yang kuat disertai pola pembelian ulang yang lemah. Situasi yang mendapat perhatian besar para pemasar ini disebabkan pengaruh faktor-faktor non sikap yang sama kuat atau bahkan cenderung lebih kuat daripada faktor sikap dalam menentukan pembelian ulang.

d. Loyalitas (*Loyalty*)

Situasi ini merupakan situasi yang ideal yang paling diharapkan para pemasar. Di mana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

## **E. Tinjauan Empiris**

Penelitian kali ini peneliti mencoba menggali dan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir

Cabang Alauddin Makassar. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang diperoleh peneliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ellys Cornelia S, Nancy Veronica S (2008)	Analisa Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Laundry 5 ASEC Surabaya.	- <b>Independen:</b> Kualitas Layanan - <b>Dependen:</b> Loyalitas Pelanggan	Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda, bahwa variabel (X ) Kualitas Layanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu: <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible</i> mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Atik Andriana (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Mufidah)	- <b>Independen:</b> Kualitas Pelayanan (X) - <b>Dependen:</b> Kepuasan Konsumen (Y)	Menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.	Riyadi Agung Harmawan dan Ida Farida (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sentral Swalayan Di Kabupaten Kendal	<p>- <b>Independen:</b></p> <p><i>Tangible (X1)</i>  <i>Empathy (X2)</i>  <i>Responsiveness (X3)</i>  <i>Assurance (X4)</i>  <i>Reliability (X5)</i></p> <p>- <b>Dependen:</b></p> <p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	Menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan yang meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy dan <i>tangibles</i> terhadap variabel kepuasan pelanggan.
----	---	--	--	---

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ellys Cornelia S, Nancy Veronica S (2008) dengan judul “Analisa Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5 ASEC Surabaya” yaitu sama-sama variabel independen dan dependennya., sedangkan perbedaannya pada regresi berganda yang digunakan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Atik Andriana (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Mufidah) yaitu sama-sama variabel independennya, sedangkan pebedaannya yaitu pada variabel dependennya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Riyadi Agung Harmawan dan Ida Farida (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sentral Swalayan Di Kabupaten Kendal” yaitu sama-

sama variabel independennya, sedangkan perbedaannya pada variabel dependennya dan regresi berganda yang digunakan.

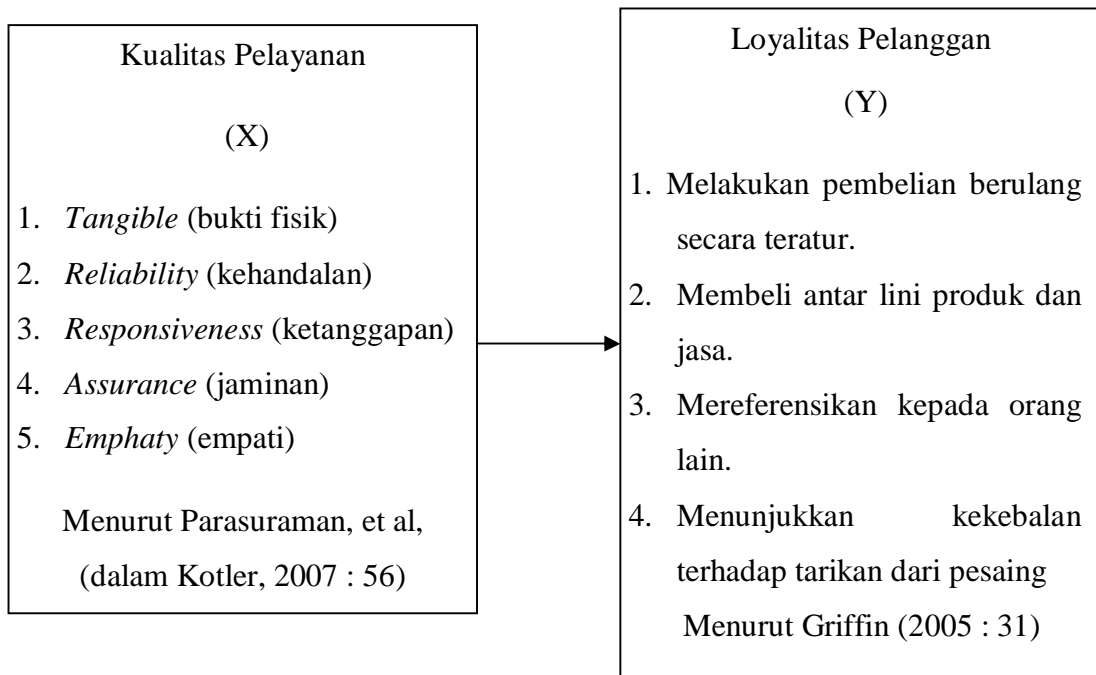
#### **F. Kerangka Pikir**

Menurut Uma Sekaran dikutip oleh Sugiyono (2009 : 60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.

Maka kerangka berpikir dalam konsep ini mengaitkan variabel yang akan diteliti, yaitu kualitas layanan sebagai variabel (X) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel (Y) yang dapat dilihat pada gambar 2.1.

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



**G. Hipotesis**

Berdasarkan pada latar belakang dan masalah pokok maka dikemukakan hipotesis adalah sebagai berikut, diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data akan diambil dalam bentuk angka dan diproses secara statistik. Menurut Sugiyono (2009 : 8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

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

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar dan berlokasi di Jl. Sultan Alauddin No.27 Makassar. Waktu penelitian kurang lebih tiga bulan, yaitu bulan September- November 2017.

#### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam proses pengumpulan data, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan terhadap objek yang diteliti dan merupakan langkah awal

dalam pengumpulan data, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak responden yang bersangkutan dalam hal ini pihak karyawan dan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

2. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden, yaitu para pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.
3. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan dan informasi dari buku-buku, jurnal, internet, dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

- a. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi. Bentuk lain kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video. Dan kualitatif berfungsi mengetahui kualitas dari sebuah objek yang akan diteliti. Data ini bersifat

abstrak sehingga peneliti harus benar-benar memahami kualitas dari objek yang akan diteliti.

- b. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistik. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek yang akan diteliti. Data ini bersifat nyata atau dapat diterima oleh pancaindra sehingga peneliti harus benar-benar teliti untuk mendapatkan keakuratan data dan objek yang diteliti.

## **2. Sumber data**

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui pemberian kuesioner kepada responden dalam hal ini pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar yang mencakup tanggapan responden tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak perusahaan yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu data berupa sejarah perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

## **E. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Arikunto (2010 : 173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa

yang menjadi pusat perhatian seseorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar sebanyak 1.883 pelanggan.

2. Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi, namun bukan populasi itu sendiri. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati.

Sampel dalam penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Umar, 2007:78)

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan sebesar 10% atau 0,1.

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$
$$n = \frac{1883}{1883(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1883}{19,83}$$

$$n = 94,957$$

Jadi, jumlah sampel sebanyak 94,957 atau dibulatkan menjadi 95 responden.

## **F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

### **1. Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yang diteliti yaitu :

a. Kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X)

Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Adapun indikatornya sebagai berikut:

f. *Tangible* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

g. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

h. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu suatu kemauan untuk membantu pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

- i. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
  - j. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- b. Loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Griffin (2005 : 31). Pengukuran loyalitas pelanggan meliputi pembelian ulang, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.

## **2. Pengukuran Variabel**

Data yang diperoleh berupa jawaban dari responden PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar terhadap pertanyaan yang diajukan diberikan penilaian dan kategori dengan menggunakan skala 5 tingkat (skala *likert*), yang terdiri atas : tidak setuju (TS), kurang setuju (KS),

setuju (S), dan sangat setuju (SS). Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju/STS (Skor 1)
- b. Tidak Setuju/TS (Skor 2)
- c. Kurang Setuju/KS(Skor 3)
- d. Setuju/S (Skor 4)
- e. Sangat Setuju/SS (Skor 5)

## **G. Metode Analisis**

### **1. Analisis regresi linier sederhana**

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linear sederhana. Metode analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dinyatakan dalam bentuk fungsi (Riduwan 2004 : 145), dengan menggunakan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a+bX}$$

Dimana :

Y = Variabel independen (loyalitas pelanggan/terikat)

X = Variabel dependen (kualitas pelayanan/bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Untuk mempermudah pengolahan data digunakan sistem komputerisasi program SPSS.

## **2. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut :

### **a. Uji Koefisien Determinasi (R)**

Uji koefisien determinasi (R) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat untuk itu digunakan angka-angka pada tabel model summary.



## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Umum PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)**

JNE merupakan perusahaan dalam bidang kurir ekspres dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resmi adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE) tetapi namanya telah terkenal dengan nama JNE. Nama tersebut diambil dari Bahasa Sanskerta yang berarti "Jalur Nugraha Ekakurir". Perusahaan ini salah satu perusahaan kurir terbesar di Indonesia.

H. Soeprapto Suparno bersama Johari Zein mendirikan perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa yang dikenal dengan Tiki JNE pada tanggal 26 November 1990. Perusahaan ini memulai kegiatannya dengan delapan karyawan dan modal 100 miliar rupiah. Pusat kegiatan usahanya yaitu penanganan kegiatan kepabean, impor kiriman barang, dokumen, serta pengantaranya dari luar negeri ke Indonesia.

Nilai-nilai dasar yang dianut JNE adalah jujur, adil, disiplin, tanggung jawab, kerjasama, peduli, dan visioner. Sedangkan filosofinya yaitu efektif, efisien, fleksibel, dan seimbang.

Tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara

Asia (ACCA) yang bermarkas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia.

Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya TIKI dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestic. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang menjadi dua perusahaan yang punya arah sendiri. Karena itu, keduanya menjadi saingan dan akhirnya JNE menjadi perusahaan sendiri dengan manajemen diri sendiri. JNE meluncurkan logonya sendiri pada tahun 2000 dan berpisah dari TIKI. JNE lalu berusaha melakukan inovasi dengan memberikan layanan yang berbeda dengan TIKI. Kesan awal, masyarakat menganggap layanan JNE lebih mahal dari yang lainnya. Ini karena segemen yang dibidik memang segmen premium.

Pengembangan produk dan layanan yang berbeda di JNE antara lain menyediakan jasa kurir, logistic, money remittance hingga jasa kargo. Sebagai sister company dengan TIKI, secara etika bisnis, JNE menghadapi kesulitan tidak boleh beradu harga dan layanan dengan TIKI. Namun, ternyata industri pengiriman berkembang dan pasarnya ikut membesar sehingga JNE tidak perlu berebut pasar. Perlahan-lahan JNE menemukan banyak layanan baru yang tidak terpikir sebelumnya.

JNE lalu membeli gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Centers. Tahun 2004 JNE membeli gedung baru yang merupakan kantor pusat JNE dan kedua gedung ini berada di Jakarta.

Dari tahun ke tahun, pertumbuhan bisnis JNE semakin baik, bahkan di atas rata-rata pertumbuhan industri. Industri sendiri bertumbuh hanya sebesar 10% - 15%, namun bisnis JNE tumbuh hingga 20% tiap tahunnya. Resep keberhasilan JNE adalah tidak mau menunggu konsumen. Lebih baik, JNE menjemput bola. Kurir JNE langsung menjemput barang ke rumah konsumen yang ingin mengirimkan barang. Hanya dengan menelepon, kurir pasti datang ke rumah.

Kalau masih khawatir nilai barang tidak sesuai dengan nilai 10x pengiriman, JNE menganjurkan agar konsumen untuk mengansuransikan barangnya. JNE berkomitmen memberikan layanan yang terbaik. Standar JNE, kalau sampai perusahaan asuransi tidak membayar klaim sesuai hari yang ditentukan, JNE bersedia menggantikan dengan membayar klaim konsumen. Bagi JNE, barang sampai tujuan pelanggan adalah harga mati. Selain itu, sebanyak 170 titik jaringan yang sudah online. Ini memudahkan JNE dan pelanggan untuk mengawasi pengiriman barang.

Satu lagi layanan inovatif dari JNE, Pesona. Pesona adalah pesanan oleh-oleh Nusantara. Setiap orang bisa saling mengirimkan makanan khas daerah

tertentu ke sanak keluarga di daerah lain. Contoh, mau kasih oleh-oleh kerupuk Bangka ke keluarga di Jakarta. Anda cukup telepon JNE dan JNE akan carikan toko kerupuk yang terkenal di Bangka dan segera dikirimkan. Bahkan, es krimpun bisa dikirimkan melalui JNE.

Tidak sampai di situ, JNE banyak melakukan inovasi-inovasi unggul lainnya. JNE sekarang membuka bisnis baru yakni trucking. Ini adalah layanan pengiriman barang-barang kebutuhan pokok. Layanan trucking ini dilengkapi dengan GPS agar terpantau. JNE juga bekerjasama dengan perusahaan pengiriman barang, UPS. Konsumen bisa mengirimkan barang ke luar negeri lewat UPS ini. Rencana selanjutnya, JNE berencana terjun ke bisnis surat-menyurat di bawah 500 gram. Bisnis yang sebelumnya dimonopoli PT. Pos Indonesia, dengan pencabutan aturan ini maka membuka peluang bagi JNE. JNE saat ini tinggal menunggu aturan pemerintah yang mengatur soal bisnis ini.

Saat ini JNE didukung oleh lebih dari 1000 karyawan dan tidak kurang dari 1.500 gerai yang tersebar luas di Indonesia. Kehandalan JNE juga telah dibuktikan dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2000 atas jasa layanan yang telah diberikan. Layanan terbaik adalah harga mati bagi JNE. Karena itu, sangat wajar kalau JNE punya SDM yang handal. Bahkan departemen HRD mempunyai empat divisi yaitu intelektual (berhubungan dengan pekerjaan), training (bertugas untuk kegiatan outbound dan memberikan training), spiritual (mengatur kegiatan keagamaan), dan fisik

(berhubungan dengan aktivitas kebugaran badan karyawan). Pemimpin perusahaan JNE berkata, Setiap masa selalu ada tantangannya, tapi kita tetap harus maju menghadapi tantangan itu.

Pada tanggal 26 November 1990, H Soeprapto Suparno mendirikan perusahaan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Perusahaan ini mulai sebagai divisinya PT Citra Van Titipan Kilat (Tiki) yang bergerak dalam bidang internasional.

Dengan delapan orang dan kapital 100 miliar rupiah JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantaranya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermakas di Hong Kong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia.

Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya Tiki dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Selama setahun-tahun Tiki dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah diri sendiri. Karena ini dua-duanya perusahaan

menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen diri sendiri. JNE menlancar logo sendiri dan membedakan dari Tiki.

JNE juga membeli gedung-gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Center. Kemudian gedungnya untuk pusat kantor JNE juga dibelikan dan didirikan pada tahun 2004. Dua-duanya berada di Jakarta.

## **B. Visi dan Misi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)**

### 1. Visi

Menjadi Perusahaan Logistik Utama Kelas Dunia

### 2. Misi

Memberi Pengalaman Terbaik kepada Pelanggan Secara Konsisten

**Artinya :** Kita semua baik agen maupun manajemen JNE berusaha untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten di setiap tahap. Paling tidak ada 4 tahap pengalaman yang harus dibangun dengan pelanggan :

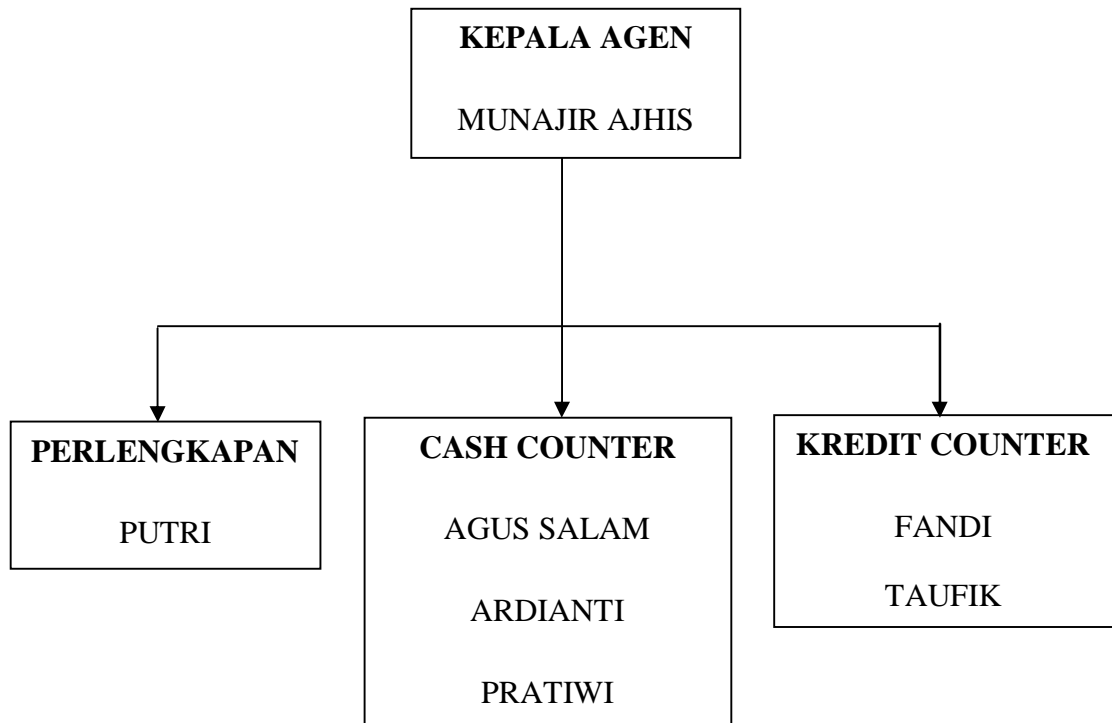
1. Tahap ketika pelanggan mulai bertanya melalui telpon, SMS, email atau datang langsung ke *counter*.
2. Tahap ketika pelanggan mulai akan bertransaksi, mencari *counter* yang cocok dan melakukan transaksi produk JNE di *counter*.
3. Tahap ketika proses operasional kiriman dilaksanakan.

4. Tahap ketika pelanggan membutuhkan layanan purna jual seperti status kiriman, komplain dan lain-lain.

### **C. Struktur Organisasi**

Organisasi merupakan gambaran yang sistematis mengenai tugas dan tanggungjawab serta hubungan-hubungan antar bagian dalam suatu perusahaan. Dalam struktur organisasi dapat diketahui wewenang dan tanggungjawab dari personal ang memegang jabatan dalam suatu organisasi, sehingga mereka dapat bekerja sama sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing.

Struktur organisasi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menggunakan sistem yang sederhana, untuk lebih menekankan pada tanggungjawab masing-masing personal serta efektivitas dan efisiensi didalam melaksanakan tugasnya sehingga visi dan misi perusahaan dapat tercapai untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar berikut ini :



#### **D. Uraian Tugas**

Didalam melaksanakan tugas-tugasnya PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menetapkan struktur Organisasi. Adapun struktur organisasinya yang terdiri dari :

- a. Kepala Agen
- b. Perlengkapan
- c. Cash Caunter
- d. Kredit Caunter

Selanjutnya akan dijelaskan satu persatu tugas dan fungsi tiap-tiap bidang yaitu sebagai berikut :

##### **a. Kepala Agen**

- Tugas Pokok
  1. Memastikan semua operasional Perusahaan berjalan lancar



2. Menjaga stabilitas, kualitas dan kuantitas barang dengan baik hingga barang siap untuk didistribusikan.
- Tugas & Tanggung jawab
    1. Membuat perencanaan pengadaan barang dan distribusinya.
    2. Mengawasi dan mengontrol operasional setiap agen.
    3. Menjadi pemimpin bagi semua staff.
    4. Mengawasi dan mengontrol semua barang yang masuk dan keluar sesuai dengan SOP (Standar Operasional Perusahaan).
    5. Melakukan pengecekan pada barang yang diterima sesuai SOP (Standar Operasional Perusahaan).
    6. Membuat perencanaan, pengawasan dan laporan.
    7. Memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan.
    8. Mengawasi pekerjaan staff lainnya agar sesuai dengan SOP (Standar Operasional Perusahaan).
    9. Memastikan aktivitas keluar masuk barang berjalan lancar.
    10. Melaporkan semua transaksi keluar masuk barang setiap hari kepada Pimpinan Pusat.

**b. Perlengkapan**

- Tugas Pokok
  1. Mengkordinir perlengkapan cetakan secara umum dikantor JNE.
  2. Melaksanakan kegiatan pengadaan, pemeliharaan, dan pengeluaran barang.
  3. Menjaga dan memelihara semua perlengkapan kantor JNE.
- Tugas & Tanggung Jawab
  1. Memeriksa peralatan dan perlengkapan kantor seperti bahan cetakan/ATK.
  2. Mengkordinir semua kekurangan perlengkapan
  3. Mengkordinir keluar masuknya peralatan di kantor JNE.

4. Melaksanakan tugas lain sesuai yang ditugaskan oleh kepala cabang PT.JNE.

**c. Cash Caunter**

- Tugas Pokok
  1. Menjalankan proses penjualan dan pembayaran
  2. Melakukan pencatatan atas semua transaksi
  3. Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk
  4. Melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan pembungkusan
  5. Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang
  6. Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.
  7. Melakukan pengecekan atas stok setiap minggu
- Tugas & Tanggung Jawab
  1. Melakukan penghitungan secara teliti agar tidak terjadi selisih antara produk dan uang yang ada dengan laporan yang dibuat.
  2. Melakukan pembukuan dengan baik dan benar
  3. Mampu berkomunikasi dengan baik dan benar
  4. Terampil dalam melayani konsumen
  5. Jujur, tepat dan handal
  6. Keterampilan dalam berkomunikasi baik

**d. Kredit Caunter**

- Tugas Pokok
  1. Menjalankan proses pengiriman barang
  2. Menjemput barang pelanggan kredit
  3. Melakukan pencatatan atas semua harga barang

4. Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai barang
  5. Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang
  6. Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.
- Tugas & Tanggung Jawab
    1. Melakukan penghitungan barang yang di kredit secara teliti agar tidak terjadi kesalahan antara produk dan uang kredit yang ada dengan laporan yang dibuat.
    2. Melakukan pembukuan dengan baik dan benar
    3. Mampu berkomunikasi dengan baik dan benar
    4. Terampil dalam melayani konsumen
    5. Jujur, tepat dan handal

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Responden

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar. Penulis menyebarkan kuesioner terhadap 95 responden, dimana responden merupakan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

Profil responden yang ditanyakan pada kuesioner adalah, jenis kelamin, umur, dan pekerjaan pelanggan dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu pengelompokan responden menurut jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 95 orang. Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 5.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	34	35,8%
2	Perempuan	61	64,2%

Jumlah	95	100%
--------	----	------

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa responden laki-laki yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 35,8%, sedangkan responden jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 61 orang dengan persentase 64,2%. Hal ini dapat dikatakan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Identitas responden berdasarkan umur menggambarkan tingkat pengalaman dan kedewasaan pola pikir seorang responden. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini adalah 95 orang. Berikut merupakan data responden berdasarkan umur :

Tabel 5.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah Responden	Persentase %
1	20-30 Tahun	40	42,1%
2	31-40 Tahun	29	30,5%
3	41-50 Tahun	17	17,9%
4	>50 Tahun	9	9,5%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa responden dengan umur 20-30 tahun yaitu sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar (42,1%),

responden dengan umur 31-40 tahun yaitu sebanyak 29 orang dengan persentase (30,5%), responden dengan umur 41-50 tahun yaitu sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar (17,9%), sedangkan responden dengan umur >50 tahun yaitu sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar (9,5%). Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar nasabah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir lebih banyak didominasi oleh pelanggan dengan umur 20-30 tahun yaitu sebanyak 40 orang dengan persentase 42,1%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden menurut pekerjaan, yaitu pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan baik dari IRT, Wiraswasta, PNS, Karyawan, dan Mahasiswa. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 95 orang, berikut merupakan data responden berdasarkan pekerjaan :

Tabel 5.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	IRT	17	17,9%
2	Wiraswasta	13	13,7%
3	PNS	9	9,5%
4	Karyawan	22	23,1%
5	Mahasiswa	34	35,8%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pekerjaan IRT yaitu sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 17,9%, responden yang memiliki pekerjaan Wiraswasta yaitu sebanyak 13 orang dengan persentase 13,7%, responden yang memiliki pekerjaan PNS yaitu sebanyak 9 orang dengan persentase 9,5%, responden yang memiliki pekerjaan yaitu Karyawan yaitu sebanyak 22 orang dengan persentase 23,1%, sedangkan responden yang memiliki pekerjaan sebagai Mahasiswa yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase 35,8%. Hal ini dapat dikatakan bahwa pelanggan PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar lebih banyak di dominasi oleh nasabah dengan pekerjaan sebagai Mahasiswa yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase 35,8%.

## **B. Deskripsi Variabel Penelitian**

Dari pernyataan pada kuesioner yang telah diajukan kepada responden diperoleh berbagai macam jawaban yang mencerminkan variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar. Berbagai jawaban dari responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Kualitas Pelayanan (X)**

#### **a. Bukti Fisik (*Tangibles*)**

- a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai bukti fisik (*tangibles*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang

Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Karyawan menggunakan seragam dan berpenampilan menarik” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.5

Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Menggunakan Seragam dan Berpenampilan Menarik

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	30	90	31,5%
4	Setuju	4	28	112	29,5%
5	Sangat Setuju	5	28	140	29,5%
Jumlah			95	360	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.5, tanggapan responden mengenai karyawan menggunakan seragam dan berpenampilan menarik pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5% sebanyak 30 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 31,5%, sebanyak 28 responden “Setuju” atau dengan persentase 29,5%, sebanyak 28 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 29,5%.



29,5%, dan sebanyak 28 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 29,5%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai bukti fisik (*tangibles*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Ruang kantor, dan ruang tunggu selalu nampak terlihat bersih” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.6

Tanggapan Responden Mengenai Ruang Kantor, dan Ruang Tunggu Selalu Nampak Terlihat Bersih.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	16	48	16,8%
4	Setuju	4	40	160	42,1%
5	Sangat Setuju	5	30	150	31,6%
Jumlah			95	376	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.6, tanggapan responden mengenai ruang kantor, dan ruang tunggu selalu nampak terlihat bersih pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa

sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 16 responden “ Kurang Setuju” atau dengan persentase 16,8%, sebanyak 40 responden “Setuju” atau dengan persentase 42,1%, dan sebanyak 30 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 31,6%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**b. Keandalan (*Reliability*)**

a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai keandalan (*Reliability*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha , dengan pernyataan “Karyawan JNE memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi paket” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.7

Tanggapan Responden Karyawan JNE memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi paket.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	24	72	25,2%

4	Setuju	4	36	144	38%
5	Sangat Setuju	5	26	130	27,3%
Jumlah			95	364	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.7, tanggapan responden mengenai Karyawan JNE memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi paket pada PT. Tiki Jalu Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 24 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 25,2%, sebanyak 36 responden “Setuju” atau dengan persentase 38%, dan sebanyak 26 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 27,3%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai kehandalan (*Reliability*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Karyawan JNE cepat dalam memberikan pelayanan” maka dapat disimpulkan pada tabel berikut ini :

Tabel 5.8

Tanggapan Responden Mengenai Karyawan JNE cepat dalam memberikan pelayanan.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
----	-------------------	------	-----------	-------------	----------------

1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	24	72	25,2%
4	Setuju	4	37	148	39%
5	Sangat Setuju	5	25	125	26,3%
Jumlah			95	363	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.8, tanggapan responden mengenai Karyawan JNE cepat dalam memberikan pelayanan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 24 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 25,2%, sebanyak 37 responden “Setuju” atau dengan persentase 39%, dan sebanyak 25 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 26,3. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**c. Ketanggapan (*Responsiveness*)**

a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai kehandalan (*Reliability*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Karyawan cepat membantu jika pengguna jasa mengalami kesulitan” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.9

Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Cepat Membantu Jika Pengguna Jasa Mengalami Kesulitan.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	8	16	8,4%
3	Kurang Setuju	3	22	66	23,1%
4	Setuju	4	28	112	29,5%
5	Sangat Setuju	5	37	185	39%
Jumlah			95	379	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.9, tanggapan responden mengenai karyawan cepat membantu jika pengguna jasa mengalami kesulitan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan sebanyak 8 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 8,4%, sebanyak 22 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 23,1%, sebanyak 28 responden “Setuju” atau dengan persentase 29,5%, dan sebanyak 37 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 39%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai kehandalan (*Reliability*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Karyawan

tanggap dalam menanggapi kebutuhan pengguna jasa” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.10

Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Tanggap dalam Menanggapi Kebutuhan Pengguna Jasa.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	14	42	14,7%
4	Setuju	4	41	164	43,2%
5	Sangat Setuju	5	31	155	32,6%
Jumlah			95	379	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.10, tanggapan responden mengenai karyawan tanggap dalam menanggapi kebutuhan pengguna jasa pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 14 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 14,7%, sebanyak 41 responden “Setuju” atau dengan persentase 43,2%, dan sebanyak 31 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 32,6%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**d. Jaminan (*assurance*)**

a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai jaminan (*assurance*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Perusahaan JNE menjamin keamanan paket pada saat pengiriman” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.11

Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan JNE menjamin keamanan paket pada saat pengiriman.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	4	8	4,2%
3	Kurang Setuju	3	12	36	12,6%
4	Setuju	4	23	92	24,2%
5	Sangat Setuju	5	56	280	59%
Jumlah			95	416	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.11, tanggapan responden mengenai perusahaan JNE menjamin keamanan paket pada saat pengiriman pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 4 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 4,2%, sebanyak 12 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 12,6%, sebanyak 23 reponden “Setuju” atau dengan persentase 24,2%, dan sebanyak 56 responden “Sangat Setuju” atau dengan

persentase 59%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

- b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai jaminan (*assurance*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Perusahaan JNE mengganti apabila barang tidak sampai pada tujuan” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.12

Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan JNE mengganti apabila barang tidak sampai pada tujuan.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	7	14	7,4%
3	Kurang Setuju	3	25	75	26,3%
4	Setuju	4	37	148	39%
5	Sangat Setuju	5	26	130	27,3%
Jumlah			95	367	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.12, tanggapan responden mengenai perusahaan JNE mengganti apabila barang tidak sampai pada tujuan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 7 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 7,4%, sebanyak 25 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 26,3%, sebanyak 37 responden “Setuju” atau dengan persentase 39%, dan



sebanyak 26 “Sangat Setuju” atau dengan persentase 27,3%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**e. Empati (*emphaty*)**

- a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai empati (*emphaty*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Perhatian karyawan terhadap pelanggan yang komplain sangat baik” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.13

Tanggapan Responden Mengenai Perhatian Karyawan terhadap pelanggan yang Komplain Sangat Baik.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	25	75	26,3%
4	Setuju	4	35	140	36,8%
5	Sangat Setuju	5	26	130	27,4%
Jumlah			95	363	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.13, tanggapan responden mengenai perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain sangat baik pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan

bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 25 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 26,3%, sebanyak 35 responden “Setuju” atau dengan persentase 27,4%, dan sebanyak 26 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 27,4%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai empati (*emphaty*) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Karyawan selalu menanyakan keinginan dan harapan pengguna jasa” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.14

Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Selalu Menanyakan Keinginan dan Harapan Pengguna Jasa.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	3	6	3,1%
3	Kurang Setuju	3	11	33	11,6%
4	Setuju	4	36	144	38%
5	Sangat Setuju	5	45	225	47,3%
Jumlah			95	408	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.14, tanggapan responden mengenai karyawan selalu menanyakan keinginan dan harapan pengguna jasa pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 3 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 3,1%, sebanyak 11 responden ” Kurang Setuju” atau dengan persentase 11,6%, sebanyak 36 responden “Setuju” atau dengan persentase 38%, dan sebanyak 45 reponden“ Sangat Setuju” atau dengan persentase 47,3%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

## 2. Loyalitas Pelanggan (Y)

### a. Melakukan pembelian berulang secara teratur

- a). Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai melakukan pembelian secara teratur pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya selalu menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.15

Tanggapan Responden Mengenai saya selalu menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	12	24	12,6%

3	Kurang Setuju	3	30	90	31,6%
4	Setuju	4	27	108	28,4%
5	Sangat Setuju	5	26	130	27,4%
Jumlah			95	352	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.15, tanggapan responden mengenai saya selalu menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 12 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 12,6%, sebanyak 30 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 31,6%, sebanyak 27 responden “Setuju” atau dengan persentase 28,4%, dan sebanyak 26 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 27,4%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

- b). Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai melakukan pembelian secara teratur pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya menggunakan jasa pengiriman JNE secara teratur” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.16

Tanggapan Responden Mengenai Saya menggunakan jasa pengiriman JNE secara teratur.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	27	81	28,4%
4	Setuju	4	37	148	39%
5	Sangat Setuju	5	22	110	23,1%
Jumlah			95	357	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.16, tanggapan responden mengenai saya menggunakan jasa pengiriman JNE secara teratur pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 27 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 28,4%, sebanyak 37 responden “Setuju” atau dengan persentase 39%, dan sebanyak 22 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase

23,1%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**b. Membeli antr lini produk dan jasa**

a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai membeli antar lini produk dan jasa pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya menggunakan jasa pengiriman JNE tidak hanya pengiriman dalam kota namun juga luar kota” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.17

Tanggapan Responden Mengenai Saya menggunakan jasa pengiriman JNE tidak hanya dalam kota namun juga luar kota.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	24	72	25,2%
4	Setuju	4	36	144	38%
5	Sangat Setuju	5	26	130	27,3%
Jumlah			95	364	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.17, tanggapan responden mengenai saya menggunakan jasa pengiriman JNE tidak hanya dalam kota namun juga luar kota pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin

Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 24 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 25,2%, sebanyak 36 responden “Setuju” atau dengan persentase 27,3%, dan sebanyak 26 responden “ Sangat Setuju” atau dengan persentase 27,3%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai membeli antar lini produk dan jasa pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabarng Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya juga tertarik menggunakan jasa pengiriman JNE untuk pengiriman barang yang bernilai besar, misal: motor dan stnk” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.18

Tanggapan Responden Mengenai Saya juga tertarik menggunakan jasa pengiriman JNE untuk pengiriman barang yang bernilai besar, misal: motor dan stnk.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	6	12	6,3%
3	Kurang Setuju	3	32	96	33,7%
4	Setuju	4	28	112	29,5%
5	Sangat Setuju	5	29	1145	30,5%

Jumlah	95	365	100%
--------	----	-----	------

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.18, tanggapan responden mengenai saya juga tertarik menggunakan jasa pengiriman JNE untuk pengiriman barang yang bernilai besar, misal: motor dan stnk pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 6 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 6,3%, sebanyak 32 “Kurang Setuju” atau dengan persentase 33,7%, sebanyak 28 responden “Setuju” atau dengan persentase 29,5%, dan sebanyak 29 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 30,5%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**c. Mereferensikan kepada orang lain**

a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai mereferensikan kepada orang lain pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya berusaha merekomendasikan jasa pengiriman JNE kepada orang lain” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5. 19

Tanggapan Responden Mengenai Saya berusaha merekomendasikan jasa pengiriman JNE kepada orang lain.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
----	-------------------	------	-----------	-------------	----------------



1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	4	8	4,2%
3	Kurang Setuju	3	15	45	15,8%
4	Setuju	4	48	192	50,5%
5	Sangat Setuju	5	28	140	29,5%
Jumlah			95	385	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.19, tanggapan responden mengenai Saya berusaha merekomendasikan jasa pengiriman JNE kepada orang lain pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 4 responden “Tidak Setuju” dengan persentase 4,2%, sebanyak 15 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 15,8%, sebanyak 48 responden “Setuju” atau dengan persentase 50,5%, dan sebanyak 28 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 29,5%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai mereferensikan kepada orang lain pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman JNE” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.20

Tanggapan Responden Mengenai saya berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa JNE.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	9	18	9,5%
3	Kurang Setuju	3	27	81	28,4%
4	Setuju	4	36	144	37,9%
5	Sangat Setuju	5	23	115	24,2%
Jumlah			95	358	100%

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.20, tanggapan responden mengenai saya berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa JNE pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 9 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 9,5%, sebanyak 27 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 28,4%, sebanyak 36 responden “Setuju” atau dengan persentase 37,9%, dan sebanyak 23 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 24,2%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

**d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing**

a) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Makassar, dengan pernyataan “Jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin lebih baik dari jasa pengiriman lainnya” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.21.

Tanggapan Responden Mengenai Jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin lebih baik dari jasa pengiriman lainnya.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	10	20	10,6%
3	Kurang Setuju	3	16	48	16,8%
4	Setuju	4	42	168	44,2%
5	Sangat Setuju	5	27	135	28,4%

Jumlah	95	371	100%
--------	----	-----	------

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.21, tanggapan responden mengenai Jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin lebih baik dari jasa pengiriman lainnya pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabng Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 10 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 10,6%, sebanyak 16 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 16,8%, sebanyak 42 responden “Setuju” atau dengan persentase 44,2%, dan sebanyak 27 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 28,4%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

b) Berdasarkan data yang diperoleh dari responden mengenai menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar, dengan pernyataan “Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih murah” maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 5.22

Tanggapan Responden Mengenai Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih murah.

No	Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Jumlah Skor	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
2	Tidak Setuju	2	7	14	7,4%
3	Kurang Setuju	3	33	99	34,7%
4	Setuju	4	30	120	31,6%
5	Sangat Setuju	5	25	125	26,3%
Jumlah			95	358	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Pada tabel 5.22, tanggapan responden mengenai Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih murah pada PT. Tiki Jalur Nugraha Eakurir Cabang Alauddin Makassar menyatakan bahwa sebanyak 7 responden “Tidak Setuju” atau dengan persentase 7,4%, sebanyak 33 responden “Kurang Setuju” atau dengan persentase 34,7%, sebanyak 30 responden “Setuju” atau dengan persentase 31,6%, dan sebanyak 25 responden “Sangat Setuju” atau dengan persentase 26,3%. Sehingga total responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sebanyak 95 orang dengan total persentase 100%.

### **C. Hasil Metode Analisis**

#### **1. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Pada penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah regresi sederhana. Teknik analisa ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

Dengan pengolahan SPSS maka didapat hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 5.23  
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.572	1.963		3.348	.001
Kualitas Layanan	.605	.049	.789	12.388	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil perhitungan data SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel 5.23, yang diperoleh dari hasil perhitungan data komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 16.0, maka diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 6,572 + 0,605X$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a = 6,572 menunjukkan bahwa jika kualitas layanan konstan atau  $X = 0$ , maka loyalitas pelanggan sebesar 6,572.

b = 0,605 menunjukkan bahwa setiap kualitas layanan akan mendorong loyalitas pelanggan sebesar 0,605.

## 2. Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi (R) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5.24.  
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789 <sup>a</sup>	.623	.619	2.769	2.090

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil perhitungan data SPSS versi 16.0

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi tabel 5.25, maka dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (R Square) adalah 0,623. Angka koefisien determinasi menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya dapat menjelaskan atau memberikan kontribusi atas loyalitas pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar sebesar 62,3%, sedangkan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Kualitas layanan merupakan perbedaan antara kinerja yang diterima dengan harapan. Kualitas pelayanan mempunyai peran yang sangat penting dan akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk itu pihak JNE diharapkan terus meningkatkan kinerja layanannya agar dapat memenuhi harapan dari pelanggan sehingga apa yang menjadi harapan pelanggan akan sama dengan layanan yang diterima. Hasil perhitungan dengan menggunakan regresi liner sederhana dapat diketahui bahwa variable kualitas layanan (X) dengan beberapa indikator yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness*(ketanggapan), *assurance* (asuransi), dan *emphaty* (empati) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar.

Menurut Lewis & Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2012 : 157), kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138), mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Oleh karena itu dengan meningkatnya suatu layanan berarti juga akan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan.



Hasil analisis uji koefisien determinasi (R) menunjukkan sebesar 0,623. Hal ini berarti sebanyak 62,3% kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## **BAB VI**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dikemukakan berbagai macam jawaban yang mencerminkan variabel kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin Makassar karena dengan memaksimalkan kualitas layanan maka customer akan selalu aktif menggunakan jasa tersebut berulang-ulang dan tidak akan berpindah ke tempat lainnya dikarenakan adanya kepuasan yang telah di rasakan setelah menggunakan jasa di tempat tersebut. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana bahwa  $Y = 6,572 + 0,605X$ . Dan hasil perhitungan determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberi pengaruh sebesar 62,3% terhadap variabel loyalitas pelanggan, sedangkan selebihnya yaitu sebesar 37,7% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

Dengan memperhatikan pembahasan yang dikemukakan, maka penulis menyampaikan saran agar PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Alauddin

Makassar untuk meningkatkan kualitas layanannya karena dengan meningkatnya kualitas layanan dapat meningkatkan juga loyalitas pelanggan karena pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dan perlu dilakukan evaluasi yang berkala sehingga dapat diketahui kendala-kendala yang dihadapi dalam masalah kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan apabila pelanggan loyal terhadap layanan maka perusahaan akan terus berkembang dan berjangka panjang.

Hasil analisis uji koefisien determinasi (R) menunjukkan sebesar 0,623. Hal ini berarti sebanyak 62,3% kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2009, *Manajemen Pemasaran dan Jasa*, Cetakan Keenam, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi, 2010, *Manajemen Penelitian*, Penerbit : Rajawali Prejs, Jakarta.
- Assauri, Sofjan, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit : Rajawali, Jakarta.
- Griffin . 2005. *Management Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Herlambang, Susatyo, 2014, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, Penerbit : Baru, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Edisi kesebelas, Penerbit : PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan, Edisi Duabelas, Penerbit : PT. Indeks, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, Christopher H. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Nitisetemo, A.S, 2000, *Manajemen Personalia*, Penerbit : Ghali Indonesia, Jakarta.
- Riduwan, 2004, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, Penerbit : CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Penerbit : CV. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2014, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategis, dan Kasus)*, Cetakan Ketiga, Penerbit : CAPS (*Center Of Academic Publishing Service*), Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2007, *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi dua, Penerbit : CV. Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, Ph, D, 2012, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Penerbit : CV. Andi, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

Umar, Husein, 2007, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

Zeithamal dan Bitner, 2007, Manajemen Pemasaran Jasa, Alih Bahasa oleh Alma, Edisi Pertama, Penerbit : Salemba, Jakarta.

## I. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

## II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom isian yang tersedia.

Penelitian dapat dilakukan berdasarkan skala likert berikut ini :

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

KS = Kurang Setuju (Skor 3)

S = Setuju (Skor 4)

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

NO	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Karyawan menggunakan seragam dan berpenampilan menarik.					
2	Ruang kantor, dan ruang tunggu selalu nampak terlihat bersih.					
3	Karyawan JNE memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi paket					
4	Karyawan JNE cepat dalam memberikan pelayanan					
5	Karyawan cepat membantu jika pengguna jasa mengalami kesulitan.					
6	Karyawan tanggap dalam menanggapi					

	kebutuhan pengguna jasa.					
7	Perusahaan JNE menjamin keamanan paket pada saat pengiriman					
8	Perusahaan JNE mengganti apabila barang tidak sampai pada tujuan					
9	Perhatian karyawan terhadap nasabah yang komplain sangat baik.					
10	Karyawan selalu menanyakan keinginan dan harapan pengguna jasa.					
11	Saya selalu menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin					
12	Saya menggunakan jasa pengiriman JNE secara teratur					
13	Saya menggunakan jasa pengiriman JNE tidak hanya pengiriman dalam kota namun juga luar kota.					
14	Saya juga tertarik menggunakan jasa pengiriman JNE untuk pengiriman barang yang bernilai besar, misal: motor dan stnk.					
15	Saya berusaha merekomendasikan jasa pengiriman JNE kepada orang lain.					
16	Saya berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman JNE					
17	Jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin lebih baik dari jasa pengiriman lainnya					
18	Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Alauddin					

	meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih murah					
--	---	--	--	--	--	--



Lampiran 1. Tabel Distribusi Data tentang Kualitas Layanan (X)

NO	Data Variabel Kualitas Layanan (X)										Total
	Bukti Fisik		Kehandalan		Ketanggapan		Jaminan		Empati		
1	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	44
2	3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	40
3	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	28
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
5	3	2	5	5	5	2	4	5	5	2	38
6	2	5	4	4	5	5	3	4	4	3	39
7	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	46
8	5	3	4	4	5	3	4	4	4	3	39
9	3	4	3	3	3	4	5	3	3	4	35
10	3	2	5	5	5	2	4	5	5	4	40
11	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	46
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
13	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	47
14	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	44
15	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	33
16	2	4	3	3	3	4	5	3	3	5	35
17	2	5	4	4	3	5	3	4	4	5	39
18	5	2	5	5	4	2	5	5	5	5	43
19	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	34
20	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	39
21	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	42
22	3	5	4	4	5	5	2	4	4	5	41
23	2	5	3	3	3	5	4	3	3	4	35
24	4	3	2	2	3	3	2	2	2	4	27
25	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	40
26	4	5	3	3	3	5	3	3	3	4	36
27	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	46
28	2	4	3	3	4	4	2	3	3	4	32
29	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
30	4	2	3	3	4	2	4	3	3	2	30

31	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	44
32	3	2	2	2	2	2	5	2	2	4	26
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
35	4	3	2	2	4	3	3	2	2	4	29
36	4	3	2	2	3	3	4	2	2	4	29
37	2	5	4	4	4	5	5	4	4	5	42
38	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
39	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	44
40	3	4	3	3	4	4	3	3	3	5	35
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
42	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	44
43	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36
44	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	44
45	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
46	3	5	2	2	2	5	4	2	2	5	32
47	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
48	4	2	5	5	5	2	5	5	3	5	41
49	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
50	3	4	3	3	4	4	5	3	3	5	37
51	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	34
52	3	3	2	2	3	3	4	2	2	4	28
53	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	39
54	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
55	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
56	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
57	3	5	4	4	3	5	4	4	4	5	41
58	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	42
59	5	3	4	4	4	3	5	4	4	3	39
60	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	30
61	3	4	2	2	3	4	5	3	2	3	31
62	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
63	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	46
64	4	5	3	3	4	5	5	3	3	5	40

65	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
66	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	31
67	3	4	3	5	2	4	5	5	3	5	39
68	5	4	3	3	3	4	5	3	3	4	37
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
71	4	5	4	4	2	5	5	4	4	5	42
72	3	2	3	3	3	2	5	3	3	2	29
73	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	44
74	3	5	4	4	2	5	5	4	4	3	39
75	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	44
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
78	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
79	4	3	3	3	3	3	5	3	3	5	35
80	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	45
81	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
82	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5	36
83	5	4	5	2	5	4	5	5	5	5	45
84	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
85	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5	36
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
88	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5	36
89	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
90	4	4	2	2	3	4	5	2	2	5	33
91	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	40
92	3	3	4	4	3	3	5	4	4	5	38
93	5	2	4	4	5	2	5	4	4	5	40
94	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	39
95	5	4	3	3	5	4	5	3	3	5	40
JUMLAH	360	376	364	363	379	379	416	367	363	408	3775

Lampiran 2. Tabel Distribusi Data tentang Loyalitas Pelanggan (Y)

NO	Data Variabel Kepuasan Nasabah (Y)								Total
	Melakukan Pembelian Secara teratur		Membeli Antar Lini Produk dan Jasa		Mereferensikan Kepada Orang Lain		Menunjukkan Kekebalan terhadap Tarikan dari Pesaiang		
1	2	4	5	5	4	4	3	4	31
2	3	5	5	3	3	3	4	3	29
3	4	2	2	4	5	2	3	4	26
4	5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	3	4	5	3	4	5	2	3	29
6	2	5	4	2	3	4	5	2	27
7	3	4	5	3	4	5	5	3	32
8	5	4	4	5	5	4	3	5	35
9	3	2	3	3	3	3	4	3	24
10	3	3	5	3	4	5	2	3	28
11	3	4	5	3	4	5	4	3	31
12	5	4	4	5	5	4	4	5	36
13	3	5	5	3	3	5	5	3	32
14	4	5	5	4	4	5	4	4	35
15	3	5	3	3	3	3	3	3	26
16	2	4	3	2	2	3	4	2	22
17	2	4	4	3	3	4	5	3	28
18	5	3	5	5	4	5	2	5	34
19	4	3	3	4	4	3	4	4	29
20	5	4	4	5	5	4	3	5	35
21	2	3	4	5	4	4	4	5	31
22	3	5	4	3	4	4	5	3	31
23	2	5	3	2	3	3	5	2	25
24	4	3	2	4	4	2	3	4	26
25	5	3	4	5	5	4	4	5	35
26	4	5	3	4	4	3	2	4	29
27	3	4	5	3	4	5	5	3	32
28	2	2	3	2	4	3	4	2	22
29	5	4	5	5	4	5	4	5	37
30	4	2	3	4	4	3	2	4	26



67	3	3	3	3	4	3	4	3	26
68	5	3	3	5	5	3	4	5	33
69	5	4	5	5	5	3	5	5	37
70	4	4	4	4	4	4	5	4	33
71	4	4	4	4	5	4	5	4	34
72	3	3	3	3	4	3	2	3	24
73	2	5	5	2	3	5	4	2	28
74	3	3	4	3	3	4	5	3	28
75	3	5	4	3	4	4	5	3	31
76	2	5	4	5	5	5	4	3	33
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	4	4	5	4	5	5	5	4	36
79	4	4	3	4	4	3	3	4	29
80	5	5	5	5	4	5	4	5	38
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	3	4	3	3	4	3	4	3	27
83	5	5	5	5	5	5	4	5	39
84	4	5	4	4	5	4	4	4	34
85	3	4	3	3	4	3	4	3	27
86	5	4	5	5	4	5	5	5	38
87	4	4	4	4	4	4	5	4	33
88	3	3	3	3	4	3	4	3	26
89	5	3	4	5	5	4	4	5	35
90	4	4	2	4	4	2	4	4	28
91	4	5	4	4	5	4	3	4	33
92	3	5	4	3	2	4	3	3	27
93	5	4	4	5	5	4	2	5	34
94	3	4	4	3	4	4	3	3	28
95	5	3	3	5	5	3	4	5	33
JUMLAH	352	357	364	365	385	358	371	358	2910