

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI J&T EXPRESS BONTO BAHARI
KABUPATEN BULUKUMBA**

SKRIPSI



SARMAN

105721104918

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2022

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI J&T EXPRESS BONTO BAHARI
KABUPATEN BULUKUMBA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

SARMAN

NIM: 105721104918

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Makassar

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta

Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku

PESAN DAN KESAN

Semoga kedepannya lebih baik, meningkatkan pembelajaran yang lebih efektif, inovatif dari universitas lainnya. Dan dapat mencetak lulusan yang berkepribadian yang baik, berprestasi dan kritis.

Senang mendapatkan lebih banyak teman, dosen yang baik sehingga komunikasi antara mahasiswa dan dosen terjalin dekat dengan hormat. Mendapatkan ilmu yang lebih mendalam dan membuat saya lebih dewasa.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba
Nama Mahasiswa : Serman
NIM : 105721104918
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia pengujian skripsi strata satu (S1) pada tanggal 06 Agustus 2022 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 4 Safar 1444 H
1 September 2022 M

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Andi Jam'ani, S.E., M.Si
NIDN: 0902116603

Syanthini Indrayani, SE, M.Si
NIDN: 0901176050

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. H. Andi Jam'ani, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Masrullah, S.E., M.M
NBM: 115 1132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama SARMAN, NIM 105721104918, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0019/SK-Y/61201/091004/2022 pada tanggal 08 Muharram 1444 H/ 06 Agustus 2022 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh **GELAR SARJANA MANAJEMEN** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 4 Safar 1444 H
1 September 2022 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse. M.Ag. (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an. S.E., M.Si (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)
2. Asri Jaya SE., M.Si (.....)
3. Hj. Ruliaty MM (.....)
Syarthini Indrayani, SE, M.Si (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarman
Stambuk : 105721104918
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyaltas Pelanggan di J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba

Dengan ini menyatakan bahwa

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 1 September 2022

Memuat Pernyataan,

SARMAN

NIM: 105721104918

Diketahui Oleh,

Ketua Prodi Studi



Dr. H. Khof Jam'iro, S.E., M.Si
NBM: 651 607

Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 115 1132

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarman
NIM : 105721104918
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI J&T EXPRESS BONTO BAHARI KABUPATEN BULUKUMBA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 1 September 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Sarman
NIM: 105721104918

ATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalias Pelanggan di J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba*". Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Samaluddin dan Ibu Juwani yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah menyumbangkan ilmunya kepada Penulis selama mengenyam pendidikan di bangku perkuliahan.
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah banyak membantu Penulis.
6. Bapak/Ibu selaku pembimbing I Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, dan Ibu Syarthini indrayani, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
7. Kepada Yth. Pimpinan J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba beserta karyawan yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk melakukan penelitian
8. Kepada rekan-rekan responden terkhususnya pelanggan J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba yang telah menyempatkan waktunya untuk

mengisi kuesioner dalam bentuk pertanyaan, Penulis sangat berterima kasih atas partisipasinya dalam menyelesaikan penelitian.

9. Teman-temanku yang selalu memberi semangat terkhusus teman-teman KKP (Kuliah Kerja Propesi)

10. Seluruh keluarga besar MANAJEMEN Universitas Muhammadiyah Makassar, yang utama seangkatan 2018 khususnya kelas MAN18B dan MM 18B.

Terakhir, penulis ingin memohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kekurangan dan kekhilafan yang penulis perbuat, baik yang disadari maupun tidak disadari yang tidak menyenangkan di hati kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan, semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Makassar, 01 September 2022

Penulis,

SARMAN

ABSTRAK

SARMAN, 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Di Bimbing Oleh: H. Andi Jam'an, dan Syarthini indrayani

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study, Kasus Pada pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba dengan populasi penelitian semua pengguna J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba pada tahun 2021-2022. Dalam penelitian ini di ambil 95 responden sebagai sampel. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin, dengan kriteria responden ialah pengguna J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif (Uji Validitas Data, Uji Reliabilitas Data, Linear Berganda, Uji t Hipotesis).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Kualitas Layanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

ABSTARACT

SARMAN, 2022. *The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at J&T Express Bonto Bahari, Bulukumba Regency. Thesis of Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided By: H. Andi Jam'an, and Syarthini Indrayani.*

This study aims to examine and analyze the Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Study, Case on users of J&T Express Bonto Bahari Expeditionary Services, Bulukumba Regency with the research population of all J&T Express Bonto Bahari users, Bulukumba Regency in 2021-2022. In this study, 95 respondents were taken as a sample. The sample determination used the Slovin formula, with the respondent's criteria being J&T Express Bonto Bahari users, Bulukumba Regency. The analytical tool used in this study was quantitative analysis (Data Validity Test, Data Reliability Test, Multiple Linear, T-test hypothesis).

The results of this study explain that the quality of service has a positive and significant effect on customer loyalty and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: *The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at J&T Express Bonto Bahari, Bulukumba Regency.*

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Teori.....	5
1. Loyalitas pelanggan.....	5
2. Kualitas layanan.....	8
3. Kepuasan pelanggan.....	11
B. Tinjauan Empiris.....	15
C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian.....	20

BAB III. METODE PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
C. Metode Analisis Data.....	23
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Definisi Operasional Variabel.....	27
G. Hipotesis.....	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	32
A. Gambaran umum J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba.....	32
B. Penyajian data hasil penelitian.....	35
C. Pembahasan.....	43
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4	Uji Validitas Data.....	38
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Data.....	39
Tabel 4.6	Uji Linear Berganda.....	40
Tabel 4.7	Uji Uji-t (Uji Parsial).....	41



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	34



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, perkembangan dunia usaha berkembang sangat pesat, salah satunya dalam bidang jasa pelayanan atau bisnis ekspedisi. Operasi ekspedisi adalah bisnis yang menangani layanan dan pengiriman barang antar kota, negara bagian, pulau, dan bahkan negara. Layanan ekspedisi meliputi pengiriman surat dan dokumen yang sangat berharga, serta pengiriman barang dalam jumlah kecil hingga besar.

Perusahaan pelayanan ini tidak hanya didesain sebagai institusi publik. Tapi itu juga berorientasi bisnis, tanpa membahayakan sisi kepercayaan. Keadaan ini antara lain disebabkan oleh munculnya jasa pengiriman dengan berbagai kualitas pelayanan, antara lain: Pengiriman cepat, terpercaya dan bertanggung jawab. Dalam mengelola layanan pengiriman produk, konsep pemasaran layanan berarti menciptakan keunggulan kompetitif dan terus-menerus diupayakan.

Kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam dunia bisnis Indonesia, termasuk usaha pelayanan jasa diantaranya surat, dokumen berharga, dan pengiriman barang. Meningkatkan layanan dan penawaran produk dengan kemampuan untuk secara cepat menggunakan peralatan dan teknologi canggih dan memudahkan para pemasar maupun para pelanggan dalam pengiriman dokumen maupun barang.

Untuk perusahaan jasa seperti J&T Express, jasa pengiriman ini digunakan tidak hanya untuk investasi besar seperti jasa angkutan barang, tetapi juga untuk investasi kecil seperti ketepatan pengiriman produk dan

keamanan produk di tempat tujuan. pengiriman dokumen maupun barang dalam jumlah kualitas maupun jenisnya.

Hal tersebut mendasari J&T Express dan berusaha untuk menghasilkan produk dan layanan yang menarik dan inovatif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Mengingat banyaknya pasar potensial untuk layanan, upaya harus dilakukan untuk mengubah konsumen menjadi pelanggan setia. maupun dokumen-dokumen penting pada J&T Express.

Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu perusahaan . Loyal adalah pelanggan yang selalu melakukan pembelian berulang secara teratur, dan dapat mereferensikan kepada orang lain dan tidak mudah tertarik pada pesaing lain. Pelanggan adalah seseorang yang melakukan pembelian secara berulang-ulang dan loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang juga merupakan perusahaan jasa untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, karena dapat dipastikan pelanggan tidak akan bergantung pada perusahaan lain ketika pelanggan setia kepada perusahaan.

Kualitas merupakan kemampuan perusahaan yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan mampu memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan para pelanggan. Pelayanan adalah Perusahaan yang dapat memberikan layanan berkualitas tinggi dan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Perkembangan dunia usaha zaman sekarang semakin pesat setiap perusahaan terkhususnya di bidang jasa ekspedisi seperti J&T Express yang berdiri dibidangnya mempunyai persaingan yang semakin ketat.

Salah satunya dengan cara mengembangkan kualitas layanan agar bertahan, strategi tersebut sangat diperlukan apalagi untuk perusahaan bergerak dibidang jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam menentukan perasaan senang atau sebaliknya kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan baik itu dalam memberi layanan, ataupun kinerja produk atau hasil yang mampu mencapai harapan pelanggan.

Jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan sangat erat kaitanya terhadap loyalitas pelanggan, seperti barang yang dikirim tepat waktu yang disepakati dan barang yang dikirim tidak mengalami kerusakan dalam pengiriman oleh jasa pengiriman J&T Express.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik Mencari tahu bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di J&T Express terhadap loyalitas pelanggan Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Atas dasar tersebut peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

- a. Bagi Perusahaan J&T Expres Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan mengenai pertimbangan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

- b. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran agar dapat bermanfaat dalam penelitian lebih lanjut.

- c. Bagi peneliti

Penulis dalam proses perkuliahan, serta menambah wawasan dan pengetahuan yang komprehensif

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

a. Loyalitas pelanggan

1. Pengertian Loyalitas pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2013:232) Menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan dalam membeli suatu produk atau menggunakan jasa dan melakukan pembelian secara berulang yang dilakukan oleh pelanggan tersebut secara konsisten dalam jangka waktu yang lama.

Loyalitas pelanggan adalah Sebagai pelanggan yang mempunyai komitmen atau konsisten melakukan pembelian secara berulang-ulang terhadap produk atau layanan jasa dan mampu merekomendasikan kepada rekan ataupun kepada orang lain.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat atau perusahaan yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa sesuai apa yang diharapkannya.

Pada dasarnya setiap perusahaan yang melakukan program pelayanan prima maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Memiliki pelanggan yang loyal merupakan tujuan akhir dari semua perusahaan, tetapi kebanyakan perusahaan tidak menyadari bahwa loyalitas pelanggan dibentuk melalui tahapan-tahapan yang dimulai dengan mencari

calon pelanggan yang potensial yang tidak mudah tertarik dengan perusahaan lain yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan.

Perilaku pelanggan atau konsumen sebagai bagian dari kegiatan manusia yang selalu berubah-ubah sesuai dengan lingkungan dan sosial dimana dia berada. Namun perilaku konsumen yang diharapkan tetap terus ada bagi perusahaan adalah loyalitas.

Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian ataupun menggunakan jasa secara berulang-ulang. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.

Berdasarkan definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pihak yang menggunakan produk atau jasa baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli produk, atau menggunakan jasa secara berulang-ulang dan dengan suka rela merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada rekan-rekannya.

Untuk menjadi pelanggan yang loyal seseorang konsumen harus melalui berapa tahapan, agar pelanggan yang loyal tumbuh secara bertahap.

Proses itu dilalui dalam jangka waktu tertentu perlu kesabaran, perhatian, dan ramah terhadap pelanggan, dalam melayani pelanggan dengan baik, dan perhatikan setiap tahap pertumbuhan. Setiap fase memiliki kebutuhannya sendiri. Dengan mengenali setiap fase dan memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Perusahaan lebih cenderung mengubah pembeli menjadi pelanggan setia.

2. faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan

Berikut ini ada empat faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain (Lepojevic & Dukic, 2018) :

1. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan Suatu perasaan puas atau kekecewaan yang timbul sebagai akibat dari ekspektasi nilai dalam membandingkan terhadap pengiriman.

2. Kepercayaan pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah Sebagai penentu dari sikap pelanggan dalam melakukan pembelian atau menggunakan jasa.

3. Komitmen Pelanggan

Komitmen pelanggan adalah pelanggan yang memiliki sudut pandang terhadap produk ataupun jasa. Untuk meningkatkan komitmen pelanggan psikologis pelanggan sangat berpengaruh dalam menciptakan keterikatan, untuk memfokuskan kesetiaan emosional pelanggan dapat menghubungkan dalam melibatkan pelanggan.

4. Persepsi kualitas pelayanan

Persepsi kualitas layanan adalah kualitas layanan yang timbul dalam terpenuhinya harapan pelanggan tentang layanan yang akan diberikan oleh penyedia pelayanan.

3. Adapun tiga faktor yang paling penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan (Juan & Yan, 2009) :

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah Timbul dari persepsi pelanggan dari hasil

pelanggan dalam membandingkan layanan yang dapat sesuai dengan ekspektasi atau keinginannya yang dapat diterima oleh pelanggan.

2. Nilai yang dirasakan pelanggan

Nilai yang dirasakan pelanggan adalah penilaian terhadap produk ataupun jasa dan layanan dengan harga layanan yang dapat ditawarkan.

3. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan lebih terfokuskan terhadap emosi kebahagiaan ataupun sebaliknya kekecewaan pelanggan ketika mereka memunculkan perbandingan yang dialami atau hasil pelanggan sesuai dengan harapan dari produk ataupun layanan tertentu.

4. Indikator loyalitas pelanggan

Dibawah ini merupakan ada tiga karakteristik untuk mengukur loyalitas pelanggan menurut Griffin dalam Mulyadi & Saktiawan (2008), yaitu:

- a. Melakukan Pembelian secara berulang-ulang dan teratur
- b. Menunjukkan ketahanan dan daya tarik produk
- c. Merekomendasikan kepada rekan atau orang lain

b. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas layanan

Menurut (Tjiptono, 2012:157) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau perubahan yang dapat ditawarkan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya untuk mencapai dan melebihi harapan konsumen.

Kualitas layanan adalah tingkat mutu yang diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta sesuai dengan persepsi atau harapan yang dibayangkan.

Kualitas layanan, berdasarkan pengalaman suatu perusahaan jasa, pelanggan memperoleh kepercayaan terhadap pelayanan perusahaan. Apabila sebuah perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Setiap perusahaan akan memberikan layanan terbaik bagi pelanggannya agar para pelanggan tersebut merasa puas terhadap jasa dan produk yang diberikan perusahaan dengan harapan para pelanggan akan menjadi pelanggan tetap pada perusahaan tersebut. Pelayanan menekankan pada aspek kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan kesetiaan loyalitas kepada perusahaan yang telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Dalam memilih pengiriman jasa tidaklah mudah, mereka harus pintar-pintar memilih dalam menentukan mana pengiriman jasa yang tepat waktu dan bagus. Pengiriman barang yang tidak tepat waktu dapat menyebabkan terlambatnya penyampaian barang. Inilah yang menyebabkan konsumen kurang puas dalam pelayanan jasa pengiriman paket.

Untuk menarik minat konsumen itu sendiri maka di butuhkan adanya kualitas pelayanan yang akan mendukung bagaimana layanan yang akan diberikan untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Semakin berkualitas dalam melayani pelanggan maka sebaik pula reputasi yang didapat oleh perusahaan yang menerapkannya.

Apabila jasa yang diterima oleh konsumen sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan di persepsikan dengan baik jadi pelayanan di persepsikan sangat baik atau ideal. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima rendah dari yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan

dipersepsikan sangat jelek atau kurang ideal, sehingga kebutuhan dan keinginan dari konsumen itu sendiri belum bisa terpenuhi dengan baik.

Bukan hanya kualitas pelayanan untuk menarik konsumen namun perusahaan jasa perlu adanya promosi yang efektif, karena dengan adanya sebuah promosi maka dapat menarik oleh masyarakat luas.

2. Ada lima tujuan pelayanan antara lain :

1. Memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelangganya.
2. Merekomendasikan pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli barang atau menggunakan jasa.
3. Memberikan rasa percaya kepada pelanggan terhadap barang ataupun layanan.
4. Menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan kepada para pelanggan.
5. Untuk menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas konsumen, supaya tetap membeli barang atau jasa.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan harus mengukurnya agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan konsumennya. Untuk mengukur kualitas pelayanan ada lima indikator (Masrifani, Budianti, & Maulida 2017:103)

- a. Tampilan fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan.

- c. Daya tanggap (*responsiveness*) dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya.
- e. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

c. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah upaya pemenuhan suatu hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan, baik itu perasaan senang atau kecewa seseorang yang membandingkan kinerja yang dapat dipersepsikan terhadap ekspektasi (Lovelock dan Wirtz, 2011:74)

Menurut Priansa (2017: 197) Kepuasan pelanggan merupakan Kepuasan yang dapat di capai pabila produk atau pelayanan jasa sesuai dengan kebutuhan atau harapan pelanggan dengan bebas dengan kekurangan.

Pada dasarnya setiap perusahaan yang melakukan program pelayanan prima maka akan menciptakan kepuasan pelanggan, pelanggan yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan dalam pengalaman yang di dapatkannya. Dengan adanya kepuasan konsumen maka usaha yang kita rintis akan terjaga (Tjiptono & Chandra, 2016:74).

Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang diperoleh dengan kenyataan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, dan apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

2. Elemen-Elemen Kepuasan Pelanggan

Empat elemen yang menyangkut kepuasan konsumen pelanggan Menurut (Priansa 2017) adalah sebagai berikut:

1. Harapan (Expectations)

Harapan adalah konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang sesuai apa yang diinginkannya. Ketika tahapan pembelian dilakukan, konsumen berharap barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Jika sesuai dengan harapan konsumen maka ia akan merasa puas.

2. Kinerja (Performance)

Kinerja adalah Pengalaman konsumen terhadap kinerja barang atau jasa untuk melakukan pelayanan jasa yang baik pada pelanggan, maka jasa berhasil dan konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (Comparison)

Perbandingan adalah Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa, apabila kinerja barang atau jasa sangat baik, maka konsumen akan merasa puas ketika harapan sesuai atau melebihi harapan mereka.

4. Pengalaman (Experience)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Menurut Zeith & Bitner (dalam Firmansyah, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan.
 2. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas.
 3. Harga, yaitu harga yang relatif murah dan produk yang memiliki kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
 4. Faktor situasi, yaitu keadaan yang dialami pelanggan.
 5. Faktor pribadi dari pelanggan, yaitu karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.
- #### 4. Indikator kepuasan pelanggan

Menjelaskan bahwa ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan:

a. Kualitas produk

Sebagai pelanggan kita pasti mengharapkan produk yang kita beli memiliki kualitas produk yang bagus, oleh karena itu perlu memperhatikan kualitas produk agar tidak mengecewakan konsumen.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mendapatkan value of money yang tinggi. Dan pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga karena harga relative tidak penting bagi mereka.

c. Kualitas pelayanan

Karena pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman, seperti kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam melayani pelanggan.

d. Faktor emosional

Pada beberapa produk gaya hidup seperti mobil dan pakaian, faktor emosional memegang peranan penting dalam kepuasan pelanggan.

e. Kemudahan mengakses produk

Konsumen merasa puas apabila produk yang mereka inginkan mudah untuk diakses.

5. Menurut Kotler (2003), ada enam ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan lebih setia atau menjadi pelanggan loyal terhadap perusahaan
2. Melakukan pembelian secara berulang-ulang terhadap perusahaan, dan memperkenalkan produk atau jasa kepada rekan atau kerabat
3. tanggapan yang positif tentang produk perusahaan
4. Pesaing, kurang sensitif pada harga
5. Memberikan masukan atau gagasan kepada perusahaan
6. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dibandingkan pelanggan

B. Tinjauan Empiris

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Hendria n Yonata, Priski Setiawa n, Ruby Santam oko, Dodi Ilham, Diah Asdiany /2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Satria Antara Prima	Kualitas layanan (X1) Kepuasan Konsumen (X2) Loyalitas pelanggan (Y)	Metode Survei	1. Kualitas layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Menyatakan bahwa Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) 2. Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Menyatakan bahwa Ada pengaru yang signifikan kepuasan konsumen (X2) terhadap variabel loyalitas

					pelanggan (Y)
2	Aloysius Ranga Aditya Nelendra/2018	Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pelanggan IM3 Medium	Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan (X3), loyalitas konsumen (Y)	Metode Survei	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 2. Terdapat pengaruh positif antara Harga terhadap loyalitas konsumen 3. Terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen
3	Metta Padwaati, Kusuma Shandra, Murwatiningsih/2016	Kepuasan konsumen sebagai mediasi pengaruh kualitas pelayanan, brand image, dan harga terhadap loyalitas konsumen	Kualitas pelayanan (X1), Brand image (X2), Harga (X3), Kepuasan konsumen (Y1), Loyalitas konsumen (Y2)	Metode Survei	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen brand image berpengaruh

					signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
4.	Riki Supiyani, Sri Apridola \2020	Pengaruh kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan pada PT Sumber Alfamria Trijaya TBK	Kualitas pelayanan (X1) Kepuasan Konsumen (X2) Loyalitas Pelanggan (X3)	Metode Survei	1.Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk 2.Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk 3.Secara bersamaan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

					berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk
5.	Reynaldi Dwi Prstio/ 2021	Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang	Kualitas pelayanan (X1) Kepuasan pelanggan (X2) Loyalitas Pelanggan (Y)	Metode Survei	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara langsung kepuasan pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang

Berdasarkan beberapa contoh hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dengan beberapa penelitian. Rumus ini menunjukkan bahwa hasil penelitian sebelumnya adalah teknik analisis yang menggunakan variabel yang digunakan untuk mengukur topik pembahasan kualitas layanan, loyalitas, dan kepuasan pelanggan.

Sedangkan perbedaannya terletak pada judul sebelumnya mengenai pada kaitan pembahasan variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan

dan loyalitas pelanggan. Dari beberapa jurnal atau hasil penelitian diatas loyalitas merupakan variabel yang sangat dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Ada beberapa contoh persamaan dan perbedaan antara jurnal-jurnal di atas dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, namun tentunya mempengaruhi hasil penelitian yang diperoleh.

Dalam hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan penjelasan untuk variabel berdasarkan variabel tersebut (variabel kualitas layanan, loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan), penelitian tersebut menunjukkan dampak kualitas layanan terhadap retensi pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Diharapkan dapat memberikan gambaran.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka Pikir penelitian merupakan kerangka interaksi antara konsep sebagai akibatnya bisa diamati dan diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan, efek kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan keterangan uraian diatas untuk menggambarkan hubungan dari variabel dapat dilihat dari gambar kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Hasil penelitian pada dasarnya merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan dalam suatu rencana penelitian. Untuk memperoleh hasil dari program penelitian ini untuk menemukan jawaban sementara dari penelitian ini. Jawaban awal untuk penelitian ini biasanya disebut hipotesis. Jadi hipotesis didalam penelitian berarti jawaban sementara penelitian, yang berpatokan sebenarnya yang kebenarannya akan di buktikan dalam penelitian tersebut.

Melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat dikatakan benar atau salah, dapat diterima ataupun ditolak.

- 1) Di duga Kualitas Layanan berpengaruh positif & signifikan terhadap Loyalitas pelanggan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukukumba
- 2) Di duga Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif & signifikan terhadap Loyalitas pelanggan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukukumba



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data utama memakai metode survei. Survei adalah Suatu proses menggunakan menemukan pengetahuan menggunakan data atau nomor menjadi indera pengukuran yg dipakai buat mengumpulkan data menggunakan memberikan berita umum pada sampel dan populasi kepada responden.

Menurut Kasiram (2008:149), menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berupa angka yang dapat diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Pada penelitian ini akan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

B. Lokasi dan waktu penelitian (explanatory research)

Lokasi penelitian adalah dimana penelitian dilakukan dan tempat penelitian memperoleh informasi mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian atau tempat dan kegiatan yang dapat diobservasi.

Observasi merupakan pengumpulan data melewati pengamatan atau pengindaraaan mengenai gejala atau objek yang diteliti. Adapun penelitian ini adalah penelitian ini akan dilaksanakan di Bonto bahari Kabupaten Bulukumba dengan lokasi penelitian pada kantor jasa pengiriman darat J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

Adapun penelitian ini dilakukan sejak tanggal dikeluarkan izin penelitian dalam kurung waktu selama kurang lebih 2(dua) bulan April 2022, sampai Mei 2022, satu bulan pengumpulan data dan satu bulan pengolahan data dalam bentuk tesis dan proses bimbingan berlangsung.

C. Metode Analisis Data

Analisis data adalah pengumpulan data, yang dapat diuji keabsahan data dengan triangulasi data, mengkaji sebuah data dapat dilengkapi dengan rekomendasi dan dapat menarik kesimpulan. Pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil pertanyaan atau menyebarkan kuesioner kepada responden yang akan diteliti.

Data merupakan proses mengorganisasikan mengurutkan data dalam pola, dikategorikan dalam satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis yang didasarkan oleh data.

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Data

Uji validitas data adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono 2010 hal:267)

2. Uji Reliabilitas data

Derajat konsistensi data untuk mengukur gejala yang sama dan hasil dalam pengukuran dipakai 2 kali, apakah data dapat dipercaya sesuai dengan gejala yang relative sama atau hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten.

3. Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa variabel secara simultan maupun parsial.

Persamaan linear berganda dapat digunakan untuk mengukur pengaruh variabel dependen (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan) dan variabel independen untuk mengukur (Loyalitas Pelanggan) dan jika signifikansi kurang dari 0,5 maka dinyatakan valid, jika signifikansi lebih dari 0,5 maka dinyatakan tidak valid dengan menggunakan rumus (Sugiono,2013):

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas pelanggan

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Kepuasan pelanggan

b₀ = Nilai konstanta

b₁b₂ = Koefisien regresi yang akan di hitung.

e = Standard error

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek atau objek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan. (Sugiyono,2016:80).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2007 :91) Sampel adalah sebagian pupulasi yang ingin diteliti oleh peneliti atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, jadi dalam pengambilan sampel perlu adanya pertimbangan atau pengukuran dalam penelitian, karena peneliti tidak mengetahui jumlah populasi pelanggan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

Adapun metode yang dilakukan peneliti dalam menentukan jumlah sampel penelitian yaitu menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah sebuah rumus atau menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.

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

Keterangan:

n: Ukuran Sampel

N: Populasi

e: Tingkat kesalahan (error)

Penyelesaian :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{2.050}{1 + (0,1)^2} = \frac{2.050}{0,01} = 20,5$$

$$20,5 + 1 = 21,5$$

$$\frac{2.050}{21,5} = 95,34$$

$$n = 95$$

n : jumlah sampel 95 responden

N : jumlah populasi 2.050 pelanggan

e : batas toleransi kesalahan 10% (*error tolerance*)

Berdasarkan hitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dari populasi 2.050 orang pelanggan dengan tarif kesalahan 10% maka sampel yang dilakukan dalam penelitian sebanyak 95 responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah 2.050 pelanggan yang melakukan pengiriman barang pada tahun 2021-2022 di J&T Experess Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

Jumlah sampel yang akan diteliti dalam populasi (pelanggan), sebanyak 95 pelanggan (respoden). Dengan cara untuk menentukan jumlah sampel yang akan di teliti, dengan menggunakan rumus slovin.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner.

a) Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2016:142) angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan yang tertulis dengan cara memberi pertanyaan tertulis dan perlu dijawab oleh responden. Responden adalah orang atau pelanggan yang akan diteliti (sampel).

Metode ini dapat digunakan dalam penelitian dalam memperoleh data mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

Adapun cara dalam mendapatkan data dari responden maka peneliti menggunakan metode kuesioner. Kuesioner dapat disusun dengan

menggunakan 5 (lima) alternatif dengan jawaban, yaitu: sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts), (Sugiyono 2008).

Metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu tingkat pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan google form pertanyaan kepada responden(sampel) dalam mendapatkan data

F. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah segala sesuatu dan berbentuk apa saja yang dapat dipelajari oleh peneliti sehingga diperoleh informasi yang dapat di uji kebenarannya oleh seseorang dan kemudian dapat ditarik sebagai kesimpulan.

A. Variabel bebas atau variabel independen(Kualitas pelayanan)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat berpengaruh atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel

1. Kualitas pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah tingkat penilaian layanan yang dipersepsikan oleh karyawan J&T Express untuk memenuhi keinginan pelanggan apakah sesuai dengan harapan atau tidak.

Ada lima indikator konsep pengukuran Kualitas pelayanan yakni :

- a. Tampilan fisik (*tangible*),
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Daya tanggap (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*).
- e. Empati (*empathy*)

B. Variabel mediasi atau penghubung(Kepuasan pelanggan)

Variabel mediasi adalah salah satu variabel yang muncul antara waktu yang dapat berpengaruh pada variabel independen dan variabel dependen, yang tidak langsung dapat diamati dan diukur.

2. Kepuasan pelanggan(X2)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan perusahaan J&T Express baik itu senang ataupun kecewa dalam membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dijumpainya.

Ada empat indikator konsep pengukuran Kepuasan pelanggan yakni :

- a. Kepuasan terhadap Pelayanan
 - b. Kepuasan terhadap harga
 - c. Kepuasan terhadap layanan
 - d. Biaya dan kemudahan
- C. Variabel terikat (Loyalitas pelanggan)

Variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi dengan adanya variabel bebas. Variabel ini dapat dinotasikan dengan (Y) atau loyalitas. (Y) merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Jadi sangat diharapkan bagi karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, ramah agar pelanggan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan.

3. Loyalitas pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan adalah pembentukan perilaku dan sikap terhadap produk ataupun jasa J&T Express yang melakukan pembelian atau penggunaan jasa secara konsisten dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas

pelanggan memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan, mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kinerja dan kelangsungan hidup perusahaan, untuk menarik dan mampu mempertahankan pelanggan.

Ada tiga indikator Loyalitas Pelanggan yakni :

- a. Melakukan Pembelian secara berulang-ulang
- b. Tidak ingin beralih menggunakan produk atau jasa lain
- c. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain

Untuk dapat memahami lebih jelas dan mendalam mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian. Maka akan lebih mudah apabila diuraikan kedalam indikator-indikator untuk mengukur variabel tersebut. Berikut tabel operasional variabel.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional variabel	Indikator
Kualitas pelayanan (X1) Sumber, (Masrifani, Budianti, & Maulida 2017:103)	Kualitas pelayanan adalah tingkat penilaian layanan yang dipersepsikan suatu perusahaan untuk memenuhi keinginan pelanggan apakah sesuai dengan harapan atau tidak.	➤ Bukti langsung ➤ Keandalan ➤ Daya tanggap ➤ Jaminan ➤ Empati
Kepuasan pelanggan (X1) Sumber, (Jil Griffin, 2010)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang baik itu senang ataupun kecewa	➤ Kepuasan terhadap pelayanan ➤ Kepuasan terhadap harga ➤ Kepuasan terhadap layanan

	dalam membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.	➤ Biaya dan kemudahan
Loyalitas pelanggan (Y) Sumber Griffin dalam Mulyadi & Saktiawan, 2008)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang baik itu senang ataupun kecewa dalam membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.	➤ Pembelian secara berulang-ulang ➤ Tidak ingin beralih menggunakan produk atau jasa lain ➤ Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain

G. Uji Hipotesis

Uji-t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya dapat menunjukkan Seberapa jauh pengaruh terhadap suatu variabel bebas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dimana $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka dapat diterima, apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka tidak dapat diterima, begitupun jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka tidak dapat diterima jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka dapat diterima.

Uji ini dapat di gunakan untuk mengukur dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas tersebut berpengaruh variabel terikat, dengan melihat nilai t masing-masing variabel atau signifikan. Maka berdasarkan nilai t maka dapat di ketahui variabel bebas mana yang dominan mempengaruhi variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

1. Sejarah singkat J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

Pergeseran jual beli berdasarkan sistem tradisional ke sistem digital melalui media internet memang sudah tidak dapat di pungkiri peristiwa tersebut membuahkan kebutuhan warga akan jasa pengiriman sangat tinggi. Adanya peluang tersebut, maka J&T Express hadir menjadi perusahaan jasa pengiriman yang menunjukkan keunggulan serta inovasi baru. Perusahaan penyedia jasa pengiriman atau ekspedisi J&T Express berdiri pada tanggal 20 Agustus 2015. Pada tanggal tersebut secara resmi PT Global Jet Express dapat didirikan sekaligus meresmikan kantor pusatnya pada Pluit, Jakarta Utara.

Pengenalan perusahaan J&T Express kepada masyarakat tidak begitu sulit, dikarenakan inovasi dan penawaran yang di berikan lebih terjangkau dari jasa ekspedisi lainnya. Datang sebagai perusahaan baru jasa ekspedisi di Indonesia, yang berdiri sekitar 6 tahun yang lalu. J&T Express siap melayani pengiriman paket seluruh Indonesia. Dengan keunggulan yang dimiliki J&T Express mampu bersaing dan mampu mendapatkan penghargaan bergengsi.

2. Visi dan Misi J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

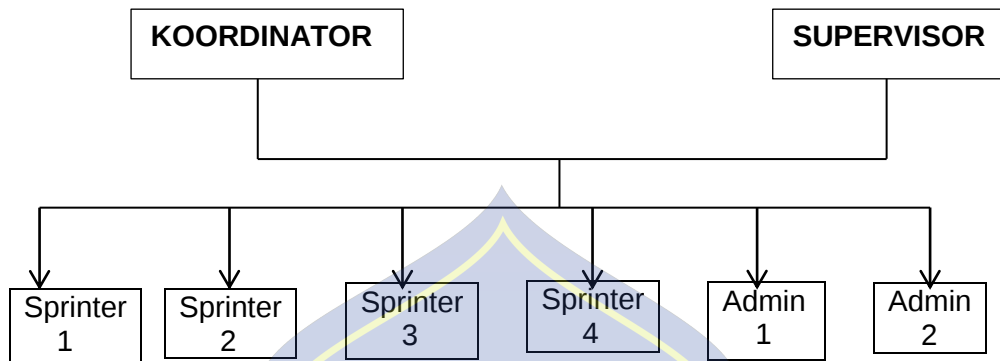
a. Visi perusahaan J&T Express

Memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa titipan cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka yang dikenal masyarakat di seluruh Indonesia dan mampu mensejahterakan rakyat yang kurang mampu.

b. Misi perusahaan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

1. Menyediakan produk jasa angkutan atau titipan keseluruh pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan *customer*.
2. Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.
3. Menjalankan bisnis cargo atau jasa titipan dan manajemen risiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal.
4. Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.
5. Berusaha dan bekerja dengan semangat, bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham.
6. Turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dengan memberi santunan kepada anak yatim piatu dan kaum dhuafa.
7. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan maksimal sesuai kebutuhan pemerintah.
8. Membantu pemerintah dalam peningkatan ekonomi rakyat dengan pendistribusian barang-barang kebutuhan rakyat sampai ke pelosok tanah air dengan harga yang terjangkau.

3. Sturuktur Organisasi J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba



Gambar 4.1 Struktur organisasi J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

Sumber: J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba 2022

Gambar 4.1 Sturuktur Organisasi J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

4. Tugas dan tanggung jawab J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba

Tugas dan tanggung jawab disatukan oleh sistem hubungan yang sederhana dibawah sistem koordinasi yang efektif, efesien dan berkelanjutan dalam struktur organisasi. Ini adalah penjelasan rinci tentang tanggung jawab bagian sebagai berikut:

- a. Koordinator bertanggung jawab atas target-target setiap *sprinter*, bertanggung jawab atas setiap aktivitas-aktivitas yang berada dalam ruang lingkup kerja.
- b. Supervisor bertanggung jawab atas semua tugas terkait dengan peningkatan penjualan termasuk prospek, menyiapkan dan presentasi pengiriman, negosiasi kontrak dan memfasilitasi program-program peningkatan penjualan.

- c. Sprinter bertanggung jawab atas semua paket / barang yang siap dikirim dari masing-masing pelanggan jasa atau pengguna J&T Express
- d. Admin bertanggung jawab atas menginput data barang yang akan dikirim.

B. Penyajian Data (Hasil penelitian)

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba sebanyak 95 orang (pelanggan). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner atau pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk google form untuk di sebarakan kepada responden. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi: Jenis kelamin, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Berapa kali menggunakan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

a. Karakteristik Responden Menurut jenis Kelamin

Responden Menurut jenis kelamin pelanggan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba adalah seperti berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Laki-Laki	37	0,38
2	Prempuan	58	0,61
Total		95	0,62

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan Tabel diatas mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 58 dengan Presentasi 0,61 dan sisanya berjenis kelamin laki-laki. Hal ini mengindikasikan bahwa lebih besar pelanggan jasa

pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba, berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Responden berdasarkan Usia pelanggan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba adalah seperti berikut:

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia

NO	Usia	Frekuensi	Presentasi
1	11-20 thn	3	0,03
2	21-30 thn	88	0,92
3	31-40 thn	4	0,04
Total		95	0,81

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel diatas mayoritas responden 21-30 tahun, yaitu sebanyak 88 dengan presentasi 0,92 dan terbanyak kedua responden berusia 31-40 tahun, yaitu sebanyak 4 dengan presentasi 0,04. Hal ini mengindikasikan bahwa lebih besar pelanggan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba, berusia 21-30 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden berdasarkan Pendidikan terakhir pelanggan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba adalah seperti berikut:

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentasi
1	SMA Sederajat	84	0,88
2	D3	10	0,10
3	S1	1	0,01
Total		95	880

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel diatas Mayoritas responden dengan pendidikan terakhir SMA Sederajat yaitu sebanyak 84 dengan presentasi 0,88 dan terbanyak kedua Pendidikan terakhir D3 yaitu sebanyak 10 dengan presentasi 0,10 Hal ini mengindikasikan bahwa lebih besar pelanggan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba, dengan pendidikan terakhir SMA sederajat.

1. Uji Validitas Data

Uji validitas data adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dan jika signifikasi kurang dari 0,05 maka dinyatakan valid, jika signifikasi lebih dari 0,05 maka dinyatakan tidak valid (Sugiyono 2010 hal:267).

a. Dasar pengambilan uji validitas

1. Perbandingan nilai **r-hitung** > **r-tabel** = valid
2. Jika nilai **r-hitung** < **r-tabel** = tidak valid

Cara mencari nilai **r-tabel** dengan N=95 pada signifikasi 5% pada distribusi nilai r-tabel statistik maka di peroleh nilai r-tabel sebesar 0.2017

b. Melihat nilai signifikasi (sig)

1. Jika nilai signifikasi $< 0,05$ = valid

2. Jika nilai signifikasi $> 0,05$ = tidak valid

Tabel 4.4
Uji Validitas Data

Variabel		Nilai r.hitung	Nilai r.tabel	Nilai sig.	Ket.
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.820	0.2017	0,000	Valid
	X1.2	0.860	0.2017	0,000	Valid
	X1.3	0.875	0.2017	0,000	Valid
	X1.4	0.808	0.2017	0,000	Valid
	X1.5	0.857	0.2017	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	X2.1	0.863	0.2017	0,000	Valid
	X2.2	0.978	0.2017	0,000	Valid
	X3.3	0.727	0.2017	0,000	Valid
	X3.4	0.978	0.2017	0,000	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y.1	0.844	0.2017	0,000	Valid
	Y.2	0.780	0.2017	0,000	Valid
	Y.3	0.783	0.2017	0,000	Valid
	Y.4	0.628	0.2017	0,000	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Statistics 25 , 2022

Berdasarkan tabel 4.5 Dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang diajukan valid karena $r - \text{hitung} > r - \text{tabel}$, berarti $r - \text{hitung}$ lebih besar dari $r - \text{tabel}$ begitupun pengujian signifikasi kurang dari 0,05 maka dinyatakan valid. maka

dalam penelitian ini semua pernyataan kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Pengujian validitas data yang ditunjukkan pada tabel yang menunjukkan dari semua item valid baik itu Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

2. Uji Reliabilitas data

Uji Reliabilitas *cronbach's alpha* Menurut wiratna sujarweni (2014), kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika *cronbach's alpha* lebih dari 0,60. Reliabilitas di ukur dengan uji *Statistic cronbach's alpha* > 0,60.

Tabel 4.5

Uji Reabilitas

Variabel		Cronbach's Alpha	Kriteria	Ket.
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.755	0,60	Reliabel
	X1.2	0.734	0,60	Reliabel
	X1.3	0.783	0,60	Reliabel
	X1.4	0.759	0,60	Reliabel
	X1.5	0.790	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	X2.1	0.805	0,60	Reliabel
	X2.2	0.776	0,60	Reliabel
	X2.3	0.831	0,60	Reliabel
	X2.4	0.776	0,60	Reliabel
Loyalitas pelanggan	Y.1	0.725	0,60	Reliabel
	Y.2	0.758	0,60	Reliabel
	Y.3	0.771	0,60	Reliabel
	Y.4	0.794	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan tabel di atas 4.5 Dapat dilihat atau diketahui suatu variabel dikatakan Reliable jika memiliki nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,60$. Dari data di atas dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60.

3. Regresi linear berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis linear berganda. Persamaan linear berganda dapat digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (dependen) (Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan) dan variabel terikat (independen) (Loyalitas Pelanggan) dengan menggunakan rumus. (Sugiono, 2013)

Tabel 4.6
Uji Regresi linear berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.813	5.860		.041
	Kualitas Layanan Kompeten	.619	.197	.276	.000
	Kepuasan Pelanggan	.531	.108	.244	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Statistics 25 , 2022

a. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan (Y)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 17.813 + 0.619X_1 + 0.531X_2$$

Persamaan Regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

a= Kostanta sebesar 17.813 ini menunjukkan nilai konstan, berarti bahwa nilai kofisien variabel Loyalitas Pelanggan adalah 17.813.

b1= Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0.619 menyatakan bahwa Kualitas Layanan mengalami kenaikan 1% maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.619.

b2= Koefisien regresi variabel Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 0.531 menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan mengalami kenaikan 1% maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.531

4. Hasil Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya (Indevenden) (X1) Kualitas Layanan dan (X2) Kepuasan Pelanggan secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya (Devenden) (Y). Pengujian hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah suatu hipotesis tersebut sebaiknya diterima atau ditolak

Tabel 4.7
Uji-t (Uji Parsial)

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.421	.041
	Kualitas Layanan Kompeten	4.852	.000
	Kepuasan Pelanggan	4.168	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Statistics 25 , 2022

Berdasarkan tabel diatas berikut ini di jelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial :

1. Variabel Kualitas Layanan (X1)

Hasil Pengujian dengan menggunakan SPSS Statistics 25. Untuk variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di peroleh nilai t-hitung untuk variabel Kualitas layanan sebesar 4.852, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 1.985 dengan mencari t-tabel ($df=0,05$ dan taraf signifikansinya sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Jadi karna nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4.852 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka hipotesis diterima artinya, Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Jadi dapat disimpulkan Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Hasil Pengujian dengan menggunakan SPSS Statistics 25. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan di peroleh nilai t-hitung untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 4.168, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 1.985 dengan mencari t-tabel ($df=0,05$ dan taraf signifikansinya sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Jadi karna nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4.168 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka hipotesis diterima artinya, Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Jadi dapat disimpulkan Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) pada jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

C. Pembahasan

Dengan menggunakan 95 responden, survei ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba. Setelah menganalisis permasalahan yang ditemukan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Kepuasan pelanggan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Dibuktikan dengan analisis data menggunakan metode penelitian yang teridentifikasi. Berikut pembahasan yang didapat dari hasil pengujian. Sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Dengan menggunakan uji statistic Spss 25 untuk variabel Kualitas layanan (X1) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di peroleh nilai t-hitung untuk variabel Kualitas layanan sebesar 4.852, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 1.985 ($4.852 > 1.985$) yang menyatakan nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel maka hipotesis dapat diterima, dengan mencari t-tabel ($df=0,05$ dan taraf signifikansinya sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Jadi karna nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4.852 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Maka hipotesis diterima artinya, Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Jadi dapat disimpulkan

Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada jasa pengiriman J&T Express Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki Fajar Kusumo (2009), dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi (studi pada pelanggan fixed-wire line phone di Surakarta)” hasil penelitian ini membuktikan berdasarkan hasil perhitungan path analysis dimana nilai β kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan signifikan pada $p < 0,01$, nilai β kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan signifikan pada $p < 0,05$ dan nilai β kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan signifikan pada $p < 0,01$. Maka secara statistik bisa ditunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan yang dapat dirasakan oleh konsumen yang timbul adanya kualitas pelayanan yang dapat dievaluasi baik pada mata mereka, dapat mempengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan, mereka terhadap suatu produk atau jasa tertentu, pada mana pada penelitian ini mengacu dalam strata loyalitas mereka menjadi pelanggan telepon rumah.

2. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Dengan menggunakan uji statistik Spss 25, untuk variabel Kepuasan pelanggan (X2) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di peroleh nilai t-hitung untuk variabel Kepuasan pelanggan sebesar 4.168, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 1.985 ($4.168 > 1.985$), yang menyatakan nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel maka hipotesis

dapat diterima, dengan mencari t-tabel ($df=0,05$ dan taraf signifikansinya sebesar $0,00$ lebih kecil dari $0,05$ ($0,00 < 0,05$). Jadi karna nilai t-hitung $>$ t-tabel ($4.168 > 1.985$) dan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan $0,05$. Maka hipotesis diterima artinya, Kepuasan Pelanggan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Jadi dapat disimpulkan Kepuasan Pelanggan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada jasa pengiriman J&T Express Bontobahari Kabupaten Bulukumba.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika Sukmawati 2011 Bejudul “Pengaruh kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi kereta api” Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Harga juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara lebih lanjut, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Besar pengaruh tidak langsung kualitas layanan, dalam hal ini melalui kepuasan pelanggan sebesar 0.94 . Variabel Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan. Dengan besar koefisien jalur sebesar 3.28

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan dapat mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di J&T Express Bonto bahari kabupaten Bulukumba. Berdasarkan olah data dengan menggunakan Spss Statistic 25, kini dapat ditarik kesimpulan yang menyatakan :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan J&T Express Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba mampu meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi ramah kepada pelanggan agar pelanggan atau konsumen tidak mudah tertarik dan berpindah pada perusahaan ekspedisi lain, karna pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan dan loyal terhadap perusahaan.
2. Melakukan inovasi dan kreativitas untuk mengantisipasi kebutuhan dan harapan pelanggan dimasa yang akan datang.

3. Hendaknya Pimpinan J&T Express Bonto bahari Kabupaten Bulukumba selalu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan para petugas/karyawan seperti kemampuan memberikan layanan, memberikan perhatian, keramahan dan kesiapan karyawan serta adanya jaminan keamanan barang yang dikirim.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, G. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Riset Manajemen dan Bisnis (JMRB) Fakultas Ekonomi UNIAT(1), 37-44.
- Anggi Nadia, J., Vina, A., & Ajat, S. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN (J&T EXPRESS). Manajemen dan Akutansi, 16(1), 1-16.
- Brian, C. A., & Suryono, B. S. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka. com). Diponogoro of Managment(1), 10-29.
- Andrian Sudarso, L. A. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan(UD C C PRODUCTION). stmb-multismart, 11 No.1, 1-8.
- Bertilla Vanessa, K. P. (2020). Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Pelanggan Transportasi Transjakarta. atmajaya.ac.id, 25-39.
- Ega, K. C. (2021). Pengaruh Service Excellent Petugas Check In Counter Terhadap Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo. STTKD Sekolah Tinggi Teknologi KeDirgantaraan.
- Masrifani, Budianti, & maulida. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pada pt Jnt Cargo*. Yogyakarta.
- Irene , C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Efisiensi Dan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Pedia Du Era Normal(Kota Palembang). STIE MULTI DATA PALEMBANG PROGRAM STUDI MANAJEMEN PALEMBANG.
- Griffin, Mulyadi, & Saktiawan. (2008). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas J&T Cabang Pekan Baru*, 60-62
- Rini Sugarsih, D. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. Jurnal.univpancasila, 1-8.
- Jil Griffin. (2010). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Astra Motor Jawa Barat*, 56.
- Siregar, Y. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Honda Capella Batam. Skripsi thesis,prodi Manajemen.
- Vebri, E. S. (2020). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Grab Bike di Mall Palembang Icon. Uin Raden Fatah Palembang.

- Ika Kusumasasti, A. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee shopp. *Ekonomi Bisnis um.ac.id*, 123-129.
- Imelda, K. (2016). Pengaruh Earning Per Share(EPS) dan Deviden Per Share terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia (BEI). *Manajemen dan Keuangan*, 566-572.
- Prilalianty, F. (2020). Pengaruh Layanan Transportasi online (Gojek) terhadap perluasan lapangan kerja Bagi masyarakat di Kota Cimahi. *Comm-Edu*, 34-41.
- Sasi, A. (2016). Pengaruh harga, Kualitas produk dan Kualiiitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen kebab kingbi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen(JIRM)* 5(1), 1-10.
- Zulfiyah, H. (2019). Analisis Komperatif Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Rasa Terhadap Kepuasan pelanggan Ayam Nelongso dan Ayam Bakar Wong solo. Undergraduate thesis,untag 1945 Surabaya.



L

A

M

P

I

R

A

N



LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI J&T EXPRESS
BONTO BAHARI KAB. BULUKUMBA

Yth. Bapak /Ibu/Saudara/i Responden,

Untuk memenuhi syarat menyelesaikan program sarjana, saya :

Nama : Sarman

Nim : 105721104918

Jurusan : Manajemen

Bapak/Ibu/Saudara, yang saya hormati, kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dari responden dalam rangka melengkapi karya tulis (skripsi) sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian Program Studi Manajemen Strata Satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Makassar. Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba. Oleh karna itu kami memohon bantuan bapak/ibu/saudara, responden memberikan jawaban dan mengisi dalam kuesioner ini objektif dengan memberi *check list* (✓) pada jawaban yang dipilih. Dukungan bapak/ibu/saudara, merupakan kontribusi yang sangat mulia bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kepada saya pribadi secara khusus. Atas Perhatian dan bantuannya kami banyak terimakasih atas kerjasama dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini, semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan bapak/ibu/saudara

A. Indetitas Responden

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

3. Usia :

4. Pendidikan Terakhir :

- ☐ SD
- ☐ SMP
- ☐ SMA
- ☐ Sarjana/Diploma

5. Pekerjaan

- ☐ Pelajar / mahasiswa
- ☐ Pegawai Negeri / TNI – POLRI
- ☐ Pegawai Swasta
- ☐ Lainnya

6. Berapa kali anda menggunakan jasa pengiriman J&T Express bonto bahari kab. Bulukumba:

- ☐ 1-3 kali
- ☐ 4-5 kali
- ☐ Lebih dari 5 kali

B. Pentunjuk Pengisian

Silahkan isi kuesioner berikut sesuai dengan jawaban yang diberikan dan lampirkan checklist (✓) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih jawaban, yang menurut anda paling tepat berdasarkan informasi berikut:

- a. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
- b. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- d. Setuju (S) diberi skor 4
- e. Sangat setuju (SS) diberi skor 5

1. Kualitas pelayanan (X1)						
NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba memiliki fasilitas fisik yang cukup memadai seperti tempat parkir, toilet, tempat tunggu					
2.	Prosedur pelayanan yang diberikan J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba kepada pelanggan sangat Memuaskan					

3.	Karyawan J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan Pelanggan					
4.	Karyawan J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba memiliki sifat sopan, ramah, jujur dan dapat dipercaya					
5.	J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan paket					

2. Kepuasan pelanggan (X2)

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1

1.	J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba menawarkan varian produk jasa pengiriman					
2.	Harga Jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba terjangkau					
3.	Pelayanan yang diberikan J&T Expres Bonto bahari Kab. Bulukumba cepat dan tepat sesuai dengan					

	permintaan pelanggan					
4.	Jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba membeikan kemudahan dalam pengiriman dan penerimaan barang					
3. Loyalitas Pelanggan (Y)						
No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya juga tertarik menggunakan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba, secara berulang-ulang					
2.	Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba, meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih Murah					
3.	Pelayanan yang diberikan J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba Melebihi dengan harapan Pelanggan kepada orang lain					

4.	Saya Merekomendasikan jasa pengiriman J&T Express Bonto bahari Kab. Bulukumba, kepada orang lain.					
----	---	--	--	--	--	--

Kolom ini disediakan bagi bapak /ibu/saudara/i responden, yang ingin memberikankomentar /saran terkaitan dengan penelitian ini:

.....
 ..



LAMPIRAN 2

TABULASI KUESIONER J&T EXPRESS BONTO BAHARI KAB. BULUKUMBA

DATA HASIL KUALITAS LAYANAN (X1)

NO RESPONDEN	KUALITAS LAYANAN KOMPETENSI (X1)					TOTAL (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	3	3	4	18
3	3	5	3	5	5	21
4	1	2	1	1	2	7
5	2	3	3	4	3	15
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	5	5	5	23
8	4	5	4	4	4	21
9	3	5	5	4	4	21
10	3	2	2	3	3	13
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	4	5	24
13	4	5	5	5	5	24
14	4	5	5	4	4	22
15	5	5	5	4	5	24
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25
18	3	4	3	4	4	18
19	5	5	5	5	5	25
20	2	3	3	4	5	17
21	2	5	5	5	4	21
22	5	5	4	4	4	22
23	5	5	5	5	5	25
24	3	4	4	5	5	21
25	4	4	5	4	4	21
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	5	4	4	4	4	21
29	4	5	5	5	4	23
30	1	1	1	1	1	5
31	4	5	5	5	5	24
32	4	4	5	4	4	21
33	4	4	4	4	4	20

34	5	5	5	5	5	25
35	5	4	5	5	4	23
36	4	4	5	4	4	21
37	5	5	5	5	5	25
38	5	4	4	4	5	22
39	4	5	5	4	4	22
40	5	5	4	5	3	22
41	4	4	4	5	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	2	4	3	3	3	15
44	5	5	5	5	5	25
45	1	3	3	5	1	13
46	5	1	1	5	5	17
47	4	4	5	5	5	23
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	5	4	21
52	3	3	4	4	4	18
53	3	4	4	4	4	19
54	4	4	4	4	4	20
55	2	3	1	2	2	10
56	3	4	4	4	4	19
57	4	4	5	4	4	21
58	5	5	5	5	5	25
59	3	3	4	4	4	18
60	5	5	4	4	5	23
61	4	4	4	4	5	21
62	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	5	5	22
64	3	4	4	4	4	19
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	4	5	4	5	5	23
68	3	4	5	4	5	21
69	3	4	5	5	5	22
70	4	5	4	4	4	21
71	4	4	4	5	4	21
72	3	5	4	4	4	20
73	5	5	3	5	5	23
74	2	1	1	2	2	8

75	4	5	4	4	5	22
76	5	5	5	5	5	25
77	3	3	4	4	2	16
78	5	4	4	5	5	23
79	5	5	5	5	5	25
80	4	4	4	5	5	22
81	3	4	4	5	5	21
82	5	5	5	5	5	25
83	4	5	4	5	4	22
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	5	4	5	22
86	5	5	5	4	5	24
87	4	5	5	4	5	23
88	5	5	5	4	5	24
89	3	5	5	5	5	23
90	3	5	5	5	5	23
91	4	5	5	4	5	23
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	4	4	5	23
94	5	4	5	5	5	24
95	5	5	5	4	4	23

TABULASI KUESIONER J&T EXPRESS BONTO BAHARI KAB. BULUKUMBA

DATA HASIL KEPUASAN PELANGGAN (X2)

NO RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (X2)				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL(X2)
1	5	5	5	5	20
2	4	4	3	4	15
3	2	4	4	4	14
4	5	5	5	5	20
5	3	4	3	1	11
6	3	3	3	3	12
7	5	5	5	5	20
8	5	2	3	3	13
9	4	3	1	2	10
10	2	2	2	2	8
11	4	4	4	4	16
12	5	5	5	5	20
13	3	5	4	5	17
14	4	5	4	4	17
15	3	5	4	5	17
16	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	20
18	4	5	4	4	17
19	3	5	5	5	18
20	4	3	5	5	17
21	4	3	4	5	16
22	4	3	4	4	15
23	5	5	5	5	20
24	5	4	5	4	18
25	5	5	3	5	18
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	3	4	5	16
29	5	4	4	4	17
30	2	1	1	1	5
31	4	5	5	5	19
32	4	3	3	4	14

33	3	3	3	4	13
34	4	4	4	5	17
35	4	4	5	5	18
36	4	4	4	4	16
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	5	17
43	2	4	3	4	13
44	4	5	5	5	19
45	4	2	3	4	13
46	5	5	5	5	20
47	5	4	5	4	18
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	4	16
52	4	3	4	4	15
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	2	4	2	3	11
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	4	4	5	4	17
60	5	5	3	4	17
61	4	4	4	5	17
62	4	5	5	5	19
63	4	4	4	5	17
64	3	4	3	4	14
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	3	4	4	5	16
68	4	4	5	5	18
69	5	5	5	5	20
70	4	4	5	5	18

71	3	4	4	5	16
72	3	2	5	3	13
73	2	4	2	3	11
74	1	2	2	2	7
75	4	3	5	3	15
76	4	5	5	5	19
77	4	5	4	2	15
78	4	4	5	5	18
79	5	4	4	5	18
80	5	5	4	5	19
81	3	4	4	5	16
82	5	5	5	5	20
83	3	4	5	2	14
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	4	19
86	4	5	5	4	18
87	4	5	5	4	18
88	4	5	5	4	18
89	4	4	5	4	17
90	4	5	5	4	18
91	4	4	5	4	17
92	4	5	5	4	18
93	3	5	5	4	17
94	3	5	5	4	17
95	5	5	5	5	20

TABULASI KUESIONER J&T EXPRESS BONTO BAHARI KAB. BULUKUMBA

DATA HASIL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

NO	LOYALITAS PELANGGAN (Y)				
RESPONDEN	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL(Y)
1	5	5	5	5	20
2	4	3	3	4	14
3	5	3	4	4	16
4	5	5	5	4	19
5	3	2	2	3	10
6	3	3	3	4	13
7	5	5	5	5	20
8	3	2	3	3	11
9	1	5	5	5	16
10	3	3	2	2	10
11	4	2	3	4	13
12	5	5	5	5	20
13	5	4	5	4	18
14	4	4	5	5	18
15	3	5	4	4	16
16	4	4	3	4	15
17	5	5	5	5	20
18	4	4	4	4	16
19	5	3	4	3	15
20	5	3	4	5	17
21	4	4	4	5	17
22	4	4	4	4	16
23	4	3	5	5	17
24	5	4	5	4	18
25	5	5	4	5	19
26	5	4	4	5	18
27	4	3	3	3	13
28	5	4	4	4	17
29	4	4	4	4	16
30	1	1	2	1	5
31	5	5	5	5	20
32	4	3	3	3	13
33	1	3	2	3	9
34	5	4	4	4	17
35	5	5	4	5	19

36	4	4	4	4	16
37	5	5	5	5	20
38	4	4	5	5	18
39	4	4	4	4	16
40	5	5	4	5	19
41	4	3	4	4	15
42	4	4	4	4	16
43	3	4	3	3	13
44	5	5	4	4	18
45	3	2	3	5	13
46	5	5	5	5	20
47	5	4	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	4	3	4	4	15
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	4	16
52	3	4	4	4	15
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	3	5	4	3	15
56	4	3	4	4	15
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	4	4	4	4	16
60	3	5	4	5	17
61	4	3	4	4	15
62	5	5	5	5	20
63	4	3	4	5	16
64	3	3	3	3	12
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	4	4	18
68	5	4	3	4	16
69	5	5	5	5	20
70	5	3	4	4	16
71	4	5	4	4	17
72	2	2	5	3	12
73	5	3	3	5	16
74	2	3	2	2	9
75	3	5	4	4	16
76	5	5	5	5	20

77	1	4	4	3	12
78	4	5	5	5	19
79	5	4	5	5	19
80	5	4	3	5	17
81	5	5	5	4	19
82	5	5	5	5	20
83	4	5	5	5	19
84	5	5	5	5	20
85	3	4	4	5	16
86	3	4	4	5	16
87	3	4	4	5	16
88	3	4	4	5	16
89	3	4	4	5	16
90	3	5	3	5	16
91	3	5	3	5	16
92	3	5	3	5	16
93	3	5	5	5	18
94	3	5	5	4	17
95	5	5	5 لا اله	5	20



LAMPIRAN 3

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistics					
		Lama_Menguna kan Jasa	Pendidikan_Ter akhir	Jenis_Kelamin	Umur
N	Valid	95	95	95	95
	Missing	0	0	0	0

Lama Menggunakan Jasa					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 kali	12	12.6	12.6	12.6
	6-10- kali	25	26.3	26.3	38.9
	11-15 kali	30	31.6	31.6	70.5
	16-20 atau lebih	28	29.5	29.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA Sederajat	84	88.4	88.4	88.4
	D3	10	10.5	10.5	98.9
	S1	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	37	38.9	38.9	38.9
	Perempuan	58	61.1	61.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11-20 thn	3	3.2	3.2	3.2
	21-30 thn	88	92.6	92.6	95.8
	31-40 thn keatas	4	4.2	4.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	



UJI VALIDITAS KUALITAS LAYANAN (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas Layanan Kompeten
X1.1	Pearson Correlation	1	.605**	.588**	.552**	.677**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	.605**	1	.786**	.593**	.637**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	.588**	.786**	1	.652**	.648**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson Correlation	.552**	.593**	.652**	1	.669**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95
X1.5	Pearson Correlation	.677**	.637**	.648**	.669**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95
Kualitas Layanan Kompeten	Pearson Correlation	.820**	.860**	.875**	.808**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95

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

UJI VALIDITAS KEPUASAN PELANGGAN (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepuasan Pelanggan
X2.1	Pearson Correlation	1	.841**	.370**	.841**	.863*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	.841**	1	.620**	1.000**	.978**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.370**	.620**	1	.620**	.727*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	.841**	1.000**	.620**	1	.978**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.863**	.978**	.727**	.978**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

UJI VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Loyalitas Pelanggan
Y1	Pearson Correlation	1	.554**	.536**	.360**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
Y2	Pearson Correlation	.554**	1	.566**	.242*	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.018	.000
	N	95	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlation	.536**	.566**	1	.372**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95
Y4	Pearson Correlation	.360**	.242*	.372**	1	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.844**	.780**	.783**	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI REABILITAS KUALITAS LAYANAN (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.893	6

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.61	9.730	.792	.	.755
X1.2	38.54	9.251	.915	.	.734
X1.3	38.64	10.339	.586	.	.783
X1.4	38.51	9.699	.727	.	.759
X1.5	38.68	10.580	.537	.	.790
Kualitas Layanan Kompeten	21.44	3.037	1.000	.	.832

REABILITAS KEPUASAN PELANGGAN(X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.839	.948	5

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	30.15	8.382	.821	.	.805
X2.2	30.07	7.877	.971	.	.776
X2.3	30.18	8.851	.655	.	.831
X2.4	30.07	7.877	.971	.	.776
Kepuasan Pelanggan	17.21	2.679	1.000		.913

REABILITAS LOYALITAS PELANGGAN(Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.867	5

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	29.92	13.631	.765	.725	.725
Y2	29.59	15.096	.701	.758	.758
Y3	29.54	15.911	.723	.771	.771
Y4	29.59	16.330	.523	.794	.794
Loyalitas Pelanggan	16.95	4.901	1.000	.749	.749

UJI REGRESI SEDERHANA

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.742 ^a	.594	.576	2.344	.594	11.068	2	92	.000
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan Kompeten									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.583	2	60.792	11.068	.000 ^b
	Residual	505.301	92	5.492		
	Total	626.884	94			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan Kompeten						

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17.813	5.860		.041
	Kualitas Layanan Kompeten	.619	.197	.276	.000
	Kepuasan Pelanggan	.531	.108	.244	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan					

LAMPIRAN 4

NILAI R TABEL

df = (N-2)	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306	0.385
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283	0.3568
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254	0.3211

NILAI T TABEL

Pr Df	0.1	0.05	0.02	0.01
71	1.667	1.994	2.38	2.647
72	1.666	1.993	2.379	2.646
73	1.666	1.993	2.379	2.645
74	1.666	1.993	2.378	2.644
75	1.665	1.992	2.377	2.643
76	1.665	1.992	2.376	2.642
77	1.665	1.991	2.376	2.641
78	1.665	1.991	2.375	2.64
79	1.664	1.99	2.374	2.64
80	1.664	1.99	2.374	2.639
81	1.664	1.99	2.373	2.638
82	1.664	1.989	2.373	2.637
83	1.663	1.989	2.372	2.636
84	1.663	1.989	2.372	2.636
85	1.663	1.988	2.371	2.635
86	1.663	1.988	2.37	2.634
87	1.663	1.988	2.37	2.634
88	1.662	1.987	2.369	2.633
89	1.662	1.987	2.369	2.632
90	1.662	1.987	2.368	2.632
91	1.662	1.986	2.368	2.631
92	1.662	1.986	2.368	2.63
93	1.661	1.986	2.367	2.63
94	1.661	1.986	2.367	2.629
95	1.661	1.985	2.366	2.629
96	1.661	1.985	2.366	2.628
97	1.661	1.985	2.365	2.627
98	1.661	1.984	2.365	2.627
99	1.66	1.984	2.365	2.626
100	1.66	1.984	2.364	2.626

LAMPIRAN 5

DUKUMENTASI





BIOGRAFI PENULIS



Sarman panggilan Sarman lahir di Sapolohe pada tanggal 11 Januari 1999 anak dari pasangan suami istri Bapak Samaluddin dan Ibu Juwani. Peneliti adalah anak kedua dari dua bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl Monumen Emmy Saelan No12. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 197 Sapolohe lulus pada tahun 2011, SMP Negeri 35 Bulukumba lulus pada tahun 2014, SMA Negeri 3 Bulukumba lulus pada tahun 2017, dan tahun 2018 mulai mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen pada Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang ini. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai Mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

