JURNAL EKONOMI EFEKTIF

ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN : 2622-9935
Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 2, No. 2, Februari 2020
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. GELORA MUATAN PERKASA JAKARTA BARAT

[1]Agrasadya , [2]Malakhim
[1]**agrasadya010389@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pekanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Gelora Muatan Perkasa. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus slovin dalam juliansyah (2012:158) dengan populasi sebanyak 750 responden Adapun tingkat kesalahan yang akan digunakan sampel 10% maka dapat diperoleh besarnya sampel menjadi 75 Responden. Alat analisis menggunakan pengujian instrument, pengujian regresi, pengujian koefisien korelasi dan determinasi serta pengujian hipotesis. Hasil Penelitian menunjukan bahwa Berdasarkan persamaan regresinya $Y = 8{,}843 + 0{,}351X_1 + 0{,}440\ X_2$**.** Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT Gelora Muatan Perkasa. Sedangkan nilai koefisien korelasi menunjukan 0,628, bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat terhadap loyalitas pelanggan ". dan uji determinasi sebesar 0,394 maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh antara variable kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 39,4% sedangkan sisanya 60,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT Gelora Muatan Perkasa. This research was conducted using quantitative methods. One method used to determine the number of samples is to use the Slovin formula in Julianians (2012: 158) with a population of 750 respondents. The error rate that will be used 10% sample can be obtained the size of the sample to 75 respondents. The analysis tool uses instrument testing, regression testing, correlation coefficient and determination testing and hypothesis testing. The results showed that based on the regression equation Y = 8.843 + 0.351X1 + 0.440 X2. Quality of service has a positive and partially significant effect on customer loyalty of PT Gelora Muatan Perkasa. While the value of the correlation coefficient shows 0.628, that service quality and customer satisfaction have a strong relationship to customer loyalty. the remaining 60.6% is influenced by other factors.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi yang tengah berkembang dewasa ini dan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang pekerjaan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini membuat pengusaha untuk berusaha terus maju dalam menjalankan bisnisnya. PT. Gelora Muatan Perkasa adalah perusahaan *Logistic* atau *forwarding* yang bergerak dalam pengiriman barang dari luar dan dalam negeri ke Indonesia serta penempatan barang ke gudang perusahaan tersebut disektor udara dan laut yang beralamat di Ruko Tomang Tol Raya Jl. Agave Raya Blok A1 No. 38 Kedoya Baru Jakarta Barat. PT. Gelora Muatan Perkasa berdiri sejak tanggal 10 April 1986 dengan mendapatkan Surat Izin Usaha Jasa Pengurusan Transportasi (SIUJPT) Domestik/Internasional Nomor: 373/SIUJPT/DISHUB/X/2011 serta terdaftar di Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Nomor: 09.02.1.52.18362.

Disamping itu juga terdaftar pada Kementrian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Bea dan Cukai Nomor Identitas Kepabeanan (NIK) 03.027879. Seiring dengan bertambahnya pelabuhan bongkar muat di Indonesia maka di butuhkan sumberdaya di bidang *logistic* atau *forwarding* dan pengembangan atau pembukaan kantor cabang di seluruh pelabuhan bongkar muat di Indonesia, PT. Gelora Muatan Perkasa menyiapkan Sumber Daya Manusia yang terlatih di bidang *logistic* dan *forwarding* untuk di tempatkan di seluruh kantor cabang..

Pelayanan diberikan melalui kontak langsung dengan pelanggan karena sangat diperlukan mengingat calon pelanggan dan pelanggan perlu informasi mengenai jasa maupun produk yang ditawarkan. Jasa merupakan suatu aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi pelanggan. Bagaimana agar perusahaan dapat dipercaya? hal inilah yang pertama kali dipikirkan oleh perusahaan jika perusahaan tersebut ingin bekerjasama dengan perusahaan lain. Hal ini pula yang dijadikan pedoman perusahaan agar pelanggan, pelanggan atau pemakai jasa dapat mempercayai terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, banyak perusahaan mengandalkan kepuasan pelanggan sebagai jaminan keberhasilan dikemudian hari akan tetapi kemudian kecewa mendapati pelanggannya dapat membeli produk atau memakai jasa dari pesaing tanpa ragu-ragu.

Terdapat beberapa keuntungan *strategic* bagi perusahaan tentang pentingnya loyalitas pelanggan.Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Oleh karena itu, semakin lama loyalitas pelanggan akan semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang pelanggan. Pelanggan yang loyal akan menjadi suatu *asset* yang sangat bernilai bagi organisasi atau perusahaan. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik kepada organisasi dan loyalitas mempunyai hubungan yang baik dengan profitabilitas. Oleh karena itu, pelanggan yang puas dan loyal adalah merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru, karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu motto dari perusahaan tersebut. Setiap hari perusahaan ini juga berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Dengan membuat program-program seperti: pelayanan yang baik, kenyamanan yang terjamin, diskon, dan lain sebagainya. Dengan dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik yang positif terhadap perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: *"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. GELORA MUATAN PERKASA JAKARTA BARAT ".

B. Perumusan Permasalahan Penelitian

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas pelanggan pada PT. Gelora Muatan Perkasa Jakarta Barat (Y)?
2. Seberapa besar pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas pelanggan pada PT. Gelora Muatan Perkasa Jakarta Barat (Y)?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Gelora Muatan Perkasa Jakarta Barat (Y)?

C. Manfaat Penelitian

1. Secara empirik penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu sebagai bahan informasi, masukan, saran, atau pertimbangan bagi perusahaan atas gambaran sistem pemasaran untuk menentukan langkah selanjutnya di masa yang akan datang.
2. Secara teoritis, dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta pengetahuan dalam ilmu manajemen pemasaran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan menjadi bahan masukan bagi bahan masukan peneliti berikutnya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan kantor pos ciputat, Alamat Jl. Kedoya Agave Raya Blok AI No 38 Kedoya Baru Kelurahan Kebon Jeruk Jakarta Barat No tlp 021580 No Fax 021 Kode Pos 11520, yang berjumlah 300 orang. Kemudian diambil sampel dengan menggunakan tekhnik random sampling dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 75 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan taraf signifikan 5% menggunakan program SPSS for Windows Version 22.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Tabel 3.1
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki – Laki	34	45,3	45,3	45,3
	Perempuan	41	54,7	54,7	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang telah di olah (2019)

Dari hasil data di atas berdasarkan jenis kelamin responden dapat diketahui bahwa yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45,3 % responden, dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 54,7 % responden. Hal ini dapat digambarkan secara umum pelanggan pada PT. Gelora Muatan Perkasa di dominasi perempuan dengan pesentase 54,7%.

Tabel 3.2
Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-22 Tahun	15	20,0	20,0	20,0
	22-27 Tahun	35	46,7	46,7	66,7
	27-32 Tahun	25	33,3	33,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang telah di olah (2019)

Tabel di atas menjelaskan bahwa responden terbanyak didominasi yang berusia 22 – 27 Tahun sebanyak 46,7%, 27-32 Tahun sebanyak 33,3%, 18-20 Tahun sebanyak 20%.

Tabel 3.3
Lama Menjadi Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 Tahun	16	21,3	21,3	21,3
	5-10 Tahun	27	36,0	36,0	57,3
	10-15 Tahun	2	2,7	2,7	60,0
	> 15 Tahun	30	40,0	40,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang telah di olah (2019)

Tabel di atas menjelaskan bahwa responden terbanyak didominasi yang lama menjadi pelanggan > 15 Tahun sebanyak 40%, 5-10 Tahun sebanyak 36%, 1-5 Tahun sebanmyak 21,3%, 10-15 Tahun sebanyak 2,7%.

2. Metode Penilaian atau Deskriptif Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini skala Likert

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan setuju, hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar (43,33 + 24,27) = 68,03%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai kualitas pelayanan sudah baik. Untuk lebih baik lagi perlu peningkatan kualitas pelayanan yaitu dengan memberi perhatian lebih serius dan cepat tanggap ketika terjadi kendala dalam pengiriman barang sebelum ada keluhan dari pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan setuju, hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar (17,20 + 45,33) = 62,53%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai kepuasan pelanggan sudah baik. Untuk lebih baik lagi perlu adanya fasilitas plus-plus untuk pelanggan yang loyal, misalkan mengadakan event jalan-jalan sehat maupun nobar. Aneka perlombaan juga mampu mempererat hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, dan memberi diskon pada hari tertentu yang juga bisa menarik pelanggan baru.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata responden menyatakan setuju, hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar (23,20 + 47,60) = 70,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai loyalitas pelanggan sudah baik. Untuk lebih baik lagi perlu diadakan evaluasi secara berkala dari manajemen, agar loyalitas pelanggan tetap terjaga bahkan hingga meningkat.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Instrumen penelitian dikatakan valid jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Sugiyono:2013,182). Untuk n=100 dan signifikansi 5% nilai r_{tabel}= 0,227.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Penyataan	r hitung	r table	Ket. Butir
1	Butir Pernyataan 1	0,458	0,227	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,526	0,227	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,560	0,227	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,548	0,227	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,557	0,227	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,710	0,227	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,578	0,227	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,608	0,227	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,492	0,227	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,360	0,227	Valid

No	Penyataan	r hitung	r table	Ket. Butir
1	Butir Pernyataan 1	0,375	0,227	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,661	0,227	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,342	0,227	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,508	0,227	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,395	0,227	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,409	0,227	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,767	0,227	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,734	0,227	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,612	0,227	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,425	0,227	Valid

No	Penyataan	r hitung	r table	Ket. Butir
1	Butir Pernyataan 1	0,647	0,227	Valid
2	Butir Pernyataan 2	0,778	0,227	Valid
3	Butir Pernyataan 3	0,728	0,227	Valid
4	Butir Pernyataan 4	0,446	0,227	Valid
5	Butir Pernyataan 5	0,599	0,227	Valid
6	Butir Pernyataan 6	0,786	0,227	Valid
7	Butir Pernyataan 7	0,328	0,227	Valid
8	Butir Pernyataan 8	0,351	0,227	Valid
9	Butir Pernyataan 9	0,274	0,227	Valid
10	Butir Pernyataan 10	0,444	0,227	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2019

Dari tabel di atas, karena seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji keandalalan instrumen. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai r positif.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

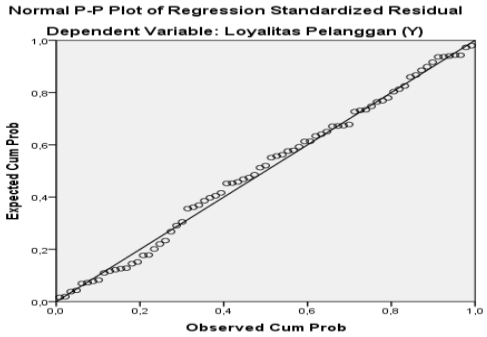
No	Variabel	Alpha Cronbach	Syarat	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,725	0,227	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (X_2)	0,627	0,227	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,734	0,227	Reliabel

Dari tabel di atas, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai r positif., maka seluruh instrumen penelitian dikatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh nilai Asymp. Sig (2-Tailed) 0,200 > 0,05, berarti data terdistribusi normal. Hasil uji normalitas bias ditunjukkan pula dalam bentuk grafik histogram.



Gambar 3.1 Histogram Normalitas

Pada gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa grafik normal *probability plot* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar grafik normal dengan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal. Dengan penyebaran yang mengikuti alur garis diagonal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolonieritas untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variable bebasnya pada model regresinya. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas jika memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance lebih dari* 10% atau 0.01.

Tabel 3.6
Hasil output SPSS uji Multikoliniearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,843	4,442		1,991	,000		
	Kualitas Pelayanan (X1)	,351	,092	,368	3,805	,000	,898	1,113
	Kepuasan Pelanggan (X2)	,440	,106	,404	4,172	,000	,898	1,113

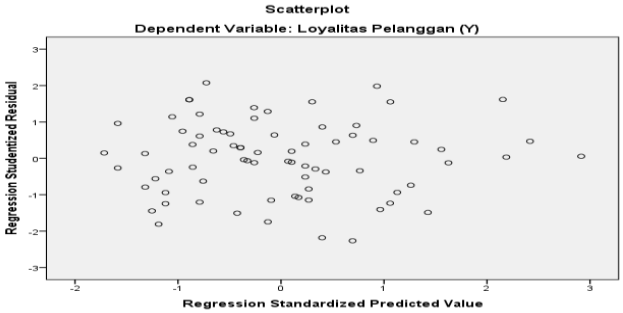
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Pada tabel diatas, memperlihatkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh sebesar 1,113 dan kepusan pelanggan (X_2) diperoleh sebesar 1,113 dimana masing-masing nilai *tolerance* variabel bebas kurang dari 1 dan nilai VIF kurang dari 10, dengan demikian model regresi ini tidak terjadi korelasi antar variabel independen didalam persamaan itu sendiri atau tidak ada multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y. Berikut hasil pengolahan menggunakan program SPSS



Gambar 3.2 Uji heteroskedatisitas (Grafik *Scatter plot)*

Pada gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linier berganda ditunjukkan pada table berikut:

Tabel 3.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,843	4,442		1,991	,000
	Kualitas Pelayanan (X1)	,351	,092	,368	3,805	,000
	Kepuasan Pelanggan (X2)	,440	,106	,404	4,172	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, diperoleh persamaan regresinya Y = 8,843 + 0,351X_1 + 0,440 X_2**.** Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) 8,843 = Jika kualitas pelayanan (X_1) dan Kepuasan pelanggan (X_2) = 0 atau konstanta, maka loyalitas pelanggan akan bernilai 8,843.
2) 0,351 = Jika kualitas pelayanan (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dan kepuasan pelanggan (X_2) tetap atau konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,351 kali.
3) 0,440 = Jika kepuasan pelanggan (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dan kualitas pelayanan (X_1) tetap atau konstan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,440 kali

6. Korelasi Product Moment

Hasil uji korelasi product moment seperti dtunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3.8 Hasil Uji Koefisien Korelasi Produk Moment

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,628[a]	,394	,377	3,343	1,748

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Dari tabel diatas, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1.748 dan berada diantara (1,550 - 2,460) sesuai dengan ketentuan maka model regresi ini tidak ada autokorelasi.

7. Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji terangkum pada tabel berikut :

Tabel 3.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,628[a]	,394	,377	3,343

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Dari tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,394 maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh antara variable kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 39,4% sedangkan sisanya 60,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

8. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel *independent* kualitas pelayanan (X1), Kepuasan pelanggan (X2), terhadap loyalitas pelanggan (Y). Output hasil uji parsial ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.10 Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,733	3,770		5,500	,000
	Kualitas Pelayanan (X1)	,474	,097	,497	4,898	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,587	4,137		4,251	,000
	Kepuasan Pelanggan (X2)	,568	,109	,521	5,222	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Pengaruh dari masing-masing variabel (X1) dan (X2) terhadap (Y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi (probabilitas) dimana semua variabel memiliki arah yang positif dan berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Atau pada t tabel dengan nilai siginfikansi 0,0 maka diperoleh :

1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil Dari tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.898 > 1.992), untuk itu H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil Dari tabel di atas diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,222 > 1,992), untuk itu H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang

positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukan dalam model mempuyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil perhtiungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.11
Hasil Uji F (simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	522,843	2	261,422	23,391	,000[b]
	Residual	804,677	72	11,176		
	Total	1327,520	74			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

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

Dari Tabel diatas, diperoleh nilai F $_{\text{hitung}}$ = 23,391 > 2,730 atau ($F_{hitung} > F_{tabel}$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

B. Pembahasan

Setelah diketahui hasil temuan dalam penelitian ini dan kemudian dianalisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Selanjutnya akan dilakukan pembahsan terkait hasil-hasil dalam penelitian ini.

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

a. Kualitas Pelayanan Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2012:157) mendefinisikan "kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan". Jika jasa yang diterima pelanggan sesuai harapan mereka maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima pelanggan melampui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari harapan mereka (pelanggan), maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

b. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang posiitif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Gelora Muatan Perkasa. Hal ini dibuktikan dengan melihat jawaban responden dimana dari 10 pernyataan memperoleh jawaban responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar (43,33 + 24,27) = 68,03%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai kualitas pelayanan sudah baik. Untuk lebih baik lagi perlu peningkatan kualitas pelayanan yaitu dengan memberi perhatian lebih serius dan cepat tanggap ketika terjadi kendala dalam pengiriman barang sebelum ada keluhan dari pelanggan. Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,474 atau sebesar 47,4%% sedangkan sisanya 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dari pengujian hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.898 > 1.992), untuk itu H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

c. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Selvy Octaviani (2012), Leni Astuti (2013) yang meneliti tentang "Pengaruh Kualitas

Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan". Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dan ini sesuai dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2012:157) mendefinisikan "kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan".

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

a. PT Gelora Muatan Perkasa sangat memperhatikan kepuasan pelanggan . Hal ini dibuktikan dengan melihat jawaban responden dimana dari 10 pernyataan memperoleh rata-rata responden menyatakan setuju, hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju sebesar (17,20 + 45,33) = 62,53%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat responden mengenai kepuasan pelanggan sudah baik. Untuk lebih baik lagi perlu adanya fasilitas plus-plus untuk pelanggan yang loyal, misalkan mengadakan event jalan-jalan sehat maupun nobar. Aneka perlombaan juga mampu mempererat hubungan antara pelanggan dengan perusahaan, dan memberi diskon pada hari tertentu yang juga bisa menarik pelanggan baru.
b. Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui bahwa pengaruh kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,568 atau sebesar 56,8% sedangkan sisanya 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari pengujian hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (5,222 > 1,984) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
c. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Diah Ayu Entika Sari (2015) dan Bayu Sutrisna Aria Sejati (2016) dimana dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas pelanggan meningkat, dan ini sesuai dengan pendapat Menurut Rambat Lupiyodi (2012:174) menyatakan bahwa "Pelanggan adalah seseorang yang membeli barang atau jasa yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan".

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

1. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Gelora Muatan Perkasa dengan persamaan regresi $Y = 8{,}843 + 0{,}351X_1 + 0{,}440\ X_2$. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,351 bertanda positif dan kepuasan pelanggan sebesar 0,440. Semakin baik kualitas pelayanan yang dijalankan maka akan semakin baik pula loyalitas pelanggan. Demikian pula sebaliknya, kualitas pelayanan yang dijalankan kurang baik maka loyalitas pelanggan juga akan mengalami penurunan. Demikian pula dengan kepuasan pelanggan. Kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 39,4% meskipun tergolong kecil namun positif.
2. Dari pengujian hipotesis menggunakan uji statistik $F_{hitung} = 23{,}391 > 2{,}730$ atau ($F_{hitung} > F_{tabel}$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif

dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Bayu Sutrisna Aria Sejati 2016, Annisa Faradina (2016) dimana dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepusan pelanggan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di tempat penelitiannya, dan ini sesuai dengan pendapa (Philips dan Kotler, 2010), loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan, meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4.898 > 1.992).
2. Berdasarkan rumusan masalah maka kepuasan pelangganmemiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimana diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,222 > 1,992).
3. Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas pelayaan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimana diperoleh nilai F_{hitung} = 23,391 > 2,730 atau($F_{hitung} > F_{tabel}$) sehingga H_0ditolak dan H_1diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel kualitas pelayanan (X1) yang menjawab paling banyak tidak setuju ada pada butir pernyataan no 3 yaitu " karyawan PT Gelora Muatan Perkasa melayani pelanggan dengan ramah dan sopan". Maka dari itu penulis menyarankan agar perusahan lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan sikap karyawan terhadap pelanggan dengan cara memberikan pelatihan dan sosialisasi tentang bagaimana melayani dan cara bersikap terhadap pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel kepuasan pelanggan (X2) yang menjawab paling banyak tidak setuju ada pada butir pernyataan no 9 yaitu "kinerja karyawan PT. Gelora Muatan Perkasa Sudah sesuai harapan pelanggan".

Maka dari itu penulis menyarankan agar perusahaan dapat lebih memperhatikan dan meningkatkan kinerja karyawannya dengan cara memberikan traning, memberikan tunjangan sesuai dengan kinerja dan lain-lain.Untuk lebih baik lagi perlu diadakan evaluasi secara berkala dari manajemen, agar kepuasan pelanggan tetap terjaga bahkan hingga meningkat**.** Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel Loyalitas Pelanggan (Y) yang menjawab paling banyak tidak setuju ada pada butir pernyataan no 3 yaitu "PT Gelora Muatan Perkasa mampu menerima kritik dan saran dari pelanggan". maka dari itu penulis menyarankan agar kedepan perusahaan menyediakan aplikasi dan layanan keluhan pelanggan yang lebih baik dengan cara membuat aplikasi lewat media *smart phone* dan lebih meningkatkan kualitas karyawan yang ditempatkan pada layanan keluhan pelanggan dengan berbagai macam pelatihan maupun *role play*. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi refrensi dan penulis juga berharap peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel dan mengembangkan tulisan ini sehingga dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan masyarakat pada umumya.

V. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Azwar, Saifudin. 2015.*"Sikap Manusia, Teori dan Pengukuranya"*. Jakarta Pustaka Pelajar.

Basu Swastha, 2010. *Manajemen Pemasaran Modern,* Penerbit Liberty, Yogyakarta.

David, Fred R, 2010. Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.

Robbins, Stephen P. Dan Coulter, Mary. 2010. Manajemen Edisi Kesepuluh.

Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian).*Yogyakarta. Andi.

Fandy Tjiptono. 2012 *"Service Management Mewujudkan Layanan Prima"*.

Fandy Tjiptono, dan Chandra,2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI

Gani, Irwan. Dan Siti Amalia. *Alat Analisis Data;Aplikasi statistik Untukenelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial.* Andi Yogyakarta.Yogyakarta.2015.

Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*.IBM SPSS 23. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, 2010. *Buku Saku Keterampilan dan Prosedur Dasar*. Edisi 5, Jakarta: EGC

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran* , Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta

Lupiyoadi, Hamdani. 2012.*"Manajemen Pemasaran Jasa".* Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit : Salemba Empat.Jakarta: penerbit Erlangga.

Sugiyono. 2016 *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G".* Cetakan ke-23 CV. Alfabeta Bandung..