



DOI : 10.32493/jpkpk.v8i1.42890

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan - Banten

Licences :

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>Email: jurnalmarketing.unpam@gmail.com

Article info : Received: August 2024 | Revisi: November 2024 | Accepted: December 2024

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Duta Mas Jakarta Barat

Heras Fatin Noveiana¹; Munarsih²

Universitas Pamulang, email: herasfatinnoveiana@gmail.com; dosen02448@unpam.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Duta Mas, Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan J&T Express Cabang Duta Mas yang berjumlah 1.706 orang dengan sampel dengan Probability Sampling menggunakan rumus Slovin sebanyak 94 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan bantuan software SPSS 26. Hasil penelitian Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 9,377 + 0,254 X_1 + 0,429 X_2$ Dengan Determinasi Sebesar 60,3%. Uji t parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(9,820 > 1,661)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,180 > 1,661)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $(69,099 > 3,096)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Loyalitas Pelanggan

Abstract. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Duta Mas, Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan J&T Express Cabang Duta Mas yang berjumlah 1.706 orang dengan sampel dengan Probability Sampling menggunakan rumus Slovin sebanyak 94 responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan bantuan software SPSS 26. Hasil penelitian Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 9,377 + 0,254$



$X_1 + 0,429 X_2$ Dengan Determinasi Sebesar 60,3%. Uji t parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(9,820 > 1,661)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,180 > 1,661)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Secara simultan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(69,099 > 3,096)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Keywords: Service Quality; Price; Customer Loyalty.

A. PENDAHULUAN

Pengiriman barang adalah kebutuhan yang penting bagi semua orang, baik sebagai pelanggan maupun penyedia layanan. Proses pengiriman yang mudah dan tersedia secara luas telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya bisnis online. Pengiriman merupakan elemen kunci dalam rantai bisnis online dan pertumbuhan industri logistik telah memberikan manfaat bagi pelaku bisnis di berbagai kota besar dan daerah. Hal ini karena pelaku bisnis online sudah tersebar luas di seluruh Indonesia, baik di perkotaan maupun di daerah, sehingga permintaan akan layanan pengiriman merata di seluruh negeri.

Perkembangan bisnis *online* membuka peluang besar dan menjanjikan bagi perusahaan jasa. Penawaran jasa kepada pelanggan harus didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, oleh karena itu J&T Express harus memperhatikan setiap hal yang dianggap penting oleh pelanggan. Tingginya permintaan terhadap jasa logistik mendorong persaingan antara perusahaan jasa sejenis dengan perusahaan jasa yang berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan dengan harga yang kompetitif. Salah satu perusahaan pengirimannya adalah J&T Express yang merupakan perusahaan yang masih terbilang baru sejak tahun 2015, J&T Express menyediakan layanan pengambilan paket secara gratis tanpa biaya dan dengan batas berat minimum ke tempat penjual. Ini sangat praktis bagi penjual *online* yang tidak memiliki banyak karyawan. Selain itu, permintaan pengambilan barang juga dapat dilakukan melalui situs web, pusat panggilan, dan aplikasi J&T Express.

Dengan strategi tersebut memiliki harapan pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman secara terus-menerus dan berulang-ulang sehingga membuat pelanggan menjadi loyal. Hal ini menyatakan bahwa loyalitas tersebut akan muncul manakala layanan yang baik terus konsisten dilakukan oleh setiap perusahaan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan reputasi perusahaan, karena salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah adanya layanan yang baik, di mana loyalitas akan dipersepsikan dalam bentuk pembelian ulang.

Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin besar pula loyalitas mereka. Sebuah bisnis harus mempunyai strategi untuk mempertahankan keberadaan pelanggan dan meningkatkan jumlahnya. Untuk memenuhi permintaan pelanggan akan paket dan/atau pengiriman, kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan dimulai dari persepsi pelanggan, bukan dari perusahaan.

Faktor lain yang menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang adalah harga, jika harga yang ditawarkan relatif lebih murah dari kompetitor tentu menjadi alasan tersendiri bagi pelanggan untuk terus melakukan pembelian berulang. Harga menurut (Buchori Alma dalam Indrasari 2019:39) harga (*Price*) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang pelanggan tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

B. KAJIAN LITERATUR



Kualitas Pelayanan

Menurut F. Tjiptono dan G. Chandra (2017:180), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut (Rambat Lupiyoadi dalam Indrasari, 2019:62) *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat. Sedangkan menurut Chandra, dkk (2020:4) berpendapat bahwa "Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan".

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang disertai dengan cara penyampaian yang tepat agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Harga

Menurut Tonce dan Rangga (2022:18) Harga yakni bagaimana pelanggan melihat harga khusus yang tinggi, rendah atau adil yang memiliki pengaruh besar pada minat pembelian Pelanggan. Menurut Tjiptono (2019:290) "Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa". Menurut Safitri (2023:113) "Harga adalah sejumlah uang yang berfungsi alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga diartikan penentu nilai suatu produk di benak Pelanggan".

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai yang harus dibayarkan oleh pelanggan kepada produsen yang berfungsi untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan.

Loyalitas Pelanggan

Menurut *The Conference Board* dalam buku cetak Pemasaran Strategik (2020:106) menyimpulkan bahwa "Loyalitas dan retensi pelanggan merupakan tantangan manajemen terpenting yang dihadapi para eksekutif puncak di seluruh penjuru dunia. Schiffman dan Kanuk (2017:76) berpendapat dalam hubungan jual beli, proporsi nilai perusahaan harus cukup kuat untuk memindahkan pelanggan dari kepuasan ke komitmen pada produk perusahaan untuk mencapai tingkat loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal mempunyai banyak alasan mengapa mereka tidak beralih dari produk anda ke vendor atau produk lain. Kotler dan Keller (2016:138) mendefinisikan "Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih".

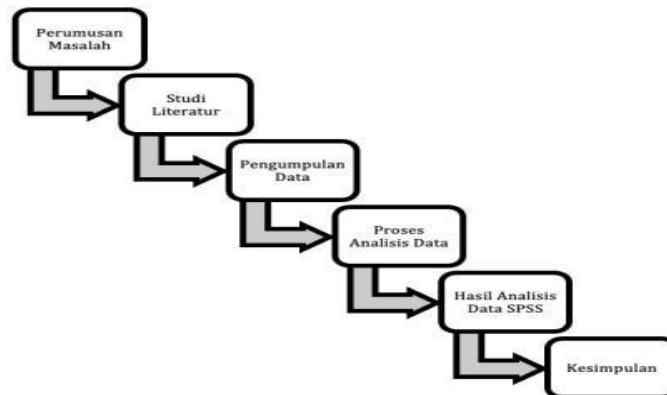
Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah perilaku pelanggan yang melakukan pembelian ulang akan suatu produk maupun jasa yang konsisten dan menunjukkan ketahanan akan tarikan produk pesaing.

C. METODE PENELITIAN

Peneliti mengidentifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian. Proses perumusan masalah ini mencakup penentuan studi literatur, metode penelitian, dan instrumen yang akan digunakan. Selanjutnya, mereka melakukan studi literatur dengan memanfaatkan sumber-sumber seperti buku dan jurnal relevan dan sesuai fokus penelitian yang dilakukan. Aktifitas pencarian referensi tersebut bertujuan untuk membangun dasar penelitian yang kuat sehingga pada gilirannya diharapkan mampu menghasilkan temuan penelitian yang tepat dan akurat. Pengumpulan Data diperoleh dari kuesioner yang diambil langsung dari para pelanggan J&T *Express* cabang Duta Mas, Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini di tahun 2023 sebanyak 1706 orang. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 orang. Berdasarkan perhitungan Slovin dapat dilihat bahwa jika jumlah populasi 1706 orang dengan tingkat kesalahan 10% maka sampelnya adalah 94 orang. Selanjutnya, Proses Analisis Data dilakukan oleh peneliti, peneliti memilih aplikasi SPSS versi 26 digunakan sebagai sarana

untuk melakukan pengolahan data berdasarkan hasil studi literatur. Pengolahan data melibatkan penerapan metode statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS.

Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Setelah analisis data dilakukan, dilakukan analisis hasil. Setelah mendapatkan output yang diperoleh melalui penggunaan aplikasi SPSS, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis hasil untuk merumuskan kesimpulan. Analisis hasil memainkan peran penting dalam kesinambungan penelitian. Tahap terakhir dalam penelitian melibatkan penarikan kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS. Kesimpulan ini akan menjadi ringkasan dari temuan-temuan penelitian serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak kualitas pelayanan yang diberikan dan harga terhadap besarnya loyalitas pelanggan J&T *Express* cabang Duta Mas Jakarta Barat.

Penelitian ini masuk ke dalam kategori penelitian kuantitatif dengan melakukan metode survei. Survei penelitian merujuk pada metode penelitian ini melibatkan pengambilan sampel dari suatu kelompok populasi tertentu serta memakai kuesioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan informasi inti. Pendekatan survei yang diterapkan dalam penelitian ini difokuskan pada pengumpulan informasi dari responden yang memiliki pengetahuan khusus sehingga memungkinkan peneliti untuk mengatasi pertanyaan penelitian. Dalam konteks tingkat eksplanasi, penelitian ini dapat digolongkan sebagai sebuah penelitian asosiatif kausal/penelitian dengan fokus pada pengidentifikasian hubungan sebab-akibat. Penelitian ini mencoba menyelidiki keterkaitan atau dampak antara variabel independen (X) dan variabel dependen.

Adapun Operasional Variabel Berdasarkan judul penelitian di atas, terdapat tiga variabel utama, yaitu dampak dari kualitas pelayanan dan harga diidentifikasi sebagai variabel independen, sementara loyalitas pelanggan J&T *Express* cabang Duta Mas Jakarta Barat menjadi variabel dependen dari penelitian yang dilakukan.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini mencakup pelanggan J&T *Express* cabang Duta Mas yang terletak di Jl. Jelambar Barat III No.9, RT.10/RW.11, Jelambar Baru, Kec. Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11460.

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui penerapan metode angket dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan informasi. Peneliti memberikan kuesioner kepada pelanggan J&T *Express* cabang Duta Mas yang bersedia untuk mengisi formulir tersebut. Kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian, yang mencakup pertanyaan tentang kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan. Respons yang dikumpulkan dari kuesioner tersebut selanjutnya dijadikan sebagai data penelitian. Di bawah ini disajikan daftar pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

Evaluasi Hasil Penelitian

Tahap akhir dari penelitian ini melibatkan verifikasi hasil analisis yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, dan beberapa metode pengujian yang terlibat meliputi:



1. Uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.
2. Uji hipotesis yang melibatkan uji koefisien determinasi, T, hipotesis, dan F.
Pentingnya penggunaan aplikasi SPSS dan metode-metode pengujian khusus dalam tahap akhir penelitian ini adalah untuk memastikan hasil analisis yang terverifikasi melalui berbagai pengujian statistik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

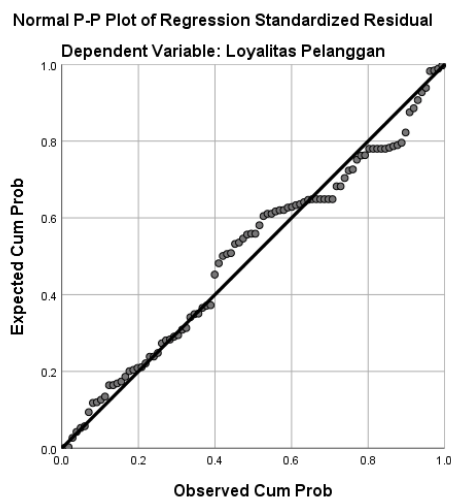
Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	94	15	48	32,29	7,559
Harga	94	18	47	31,10	8,224
Loyalitas Pelanggan	94	18	50	30,91	6,718
Valid N (listwise)	94				

Tabel di atas memperlihatkan hasil statistik deskriptif dari variabel penelitian bilmas, dengan jumlah sampel sebanyak 94, dan semua angka dalam tabel disajikan dalam satuan. Berdasarkan informasi yang terdapat dalam tabel tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut mengenai statistik deskriptif dari setiap variabel.

1. Kualitas pelayanan dinyatakan dalam variabel dengan nilai minimum 15 dan maksimum 48. Rentang ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkisar antara 15 hingga 48. Rata-rata (mean) dari variabel kualitas pelayanan adalah 32,29, dengan standar deviasi sebesar 7,559. Artinya, rata-rata nilai tersebut melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi yang merata.
2. Harga dinyatakan dalam variabel dengan nilai minimum 18 dan maksimum 47. Rentang ini menunjukkan bahwa harga berkisar antara 18 hingga 47. Rata-rata (mean) dari variabel kualitas pelayanan adalah 31,10, dengan standar deviasi sebesar 8,224. Artinya, rata-rata nilai tersebut melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi yang merata.
3. Loyalitas pelanggan dinyatakan dalam variabel dengan nilai minimum 18 dan maksimum 50. Rentang ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berkisar antara 18 hingga 50. Rata-rata (mean) dari variabel kepuasan pelanggan adalah 30,91, dengan standar deviasi sebesar 6,718. Artinya, rata-rata nilai tersebut melebihi standar deviasi, menunjukkan bahwa data ini memiliki distribusi yang merata.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot

Dilihat dari grafik di atas, titik data mengikuti pola garis dan menyebar di sekitar garis. Dari hal ini dapat di ambil kesimpulan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

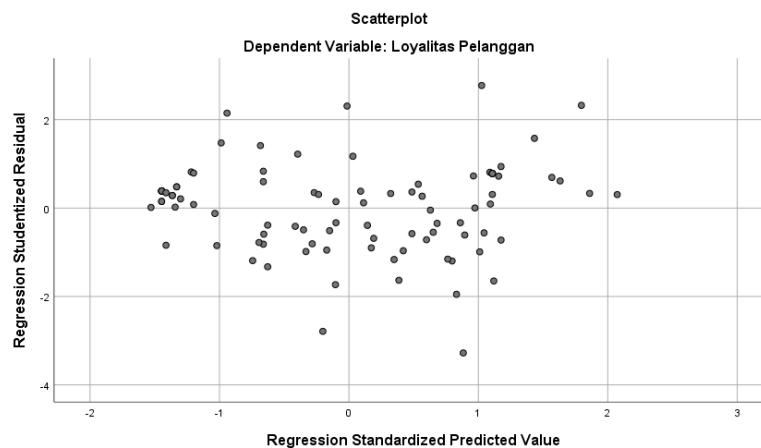
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.377	1.959		4.787	.000		
Kualitas Pelayanan	.254	.102	.285	2.485	.015	.330	3.026
Harga	.429	.094	.525	4.572	.000	.330	3.026

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output Spss 26

Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel kualitas pelayanan dan variabel harga masing-masing sebesar 0,330. Selain itu, nilai VIF untuk kedua variabel tersebut adalah 3,026. Kesimpulannya, dapat diakui bahwa nilai toleransi kedua variabel tersebut melebihi 0,1, dan nilai VIF di bawah 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi adanya multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Dari visualisasi grafik scatterplot di atas, terlihat bahwa titik data tersebar secara merata di atas maupun di bawah nilai 0. Tidak ada penumpukan titik data yang signifikan di kedua sisi nilai 0, dan penyebaran titik data tidak berpola. Oleh sebab itu, hasilnya menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777 ^a	.603	.594	4.279	1.595

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output Spss 26

Tabel di atas merupakan hasil output uji Durbin Watson, nilai Durbin Watson pada tabel di atas sebesar 1,595 yang berada pada rentang 1.150 – 2.460. Dengan demikian



dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.377	1.959		4.787	.000
	Kualitas Pelayanan	.254	.102	.285	2.485	.015
	Harga	.429	.094	.525	4.572	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output Spss 26

Dari data-data yang tercantum dalam tabel, didapatkan persamaan hasil uji regresi linear berganda sebagai berikut. $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$$Y = 9,377 + 0,254 X_1 + 0,429 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Konstanta a bernilai 9,377 maka apabila tidak terjadi peningkatan atau perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan dan Harga maka nilai Loyalitas Pelanggan bernilai tetap sebesar 9,377
2. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,254 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Harga, maka setiap perubahan per satu unit variabel Kualitas Pelayanan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Loyalitas Pelanggan sebesar 0,254 poin
3. Nilai koefisien regresi linier berganda variabel Harga sebesar 0,429 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan, maka setiap perubahan per satu unit variabel Harga akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Loyalitas Pelanggan sebesar 0,429 poin. Uji Hipotesis Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.603	.594	4.279

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Dari tabel yang tertera, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,603 atau 60,3%, maka kontribusi variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 60,3% dan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T Parsial Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.386	2.146		4.839	.000
	Kualitas Pelayanan	.636	.065	.715	9.820	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Uji hipotesis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (H₁)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 9,820 > t_{tabel} 1,661$ dan atau nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan J&T Express Cabang Duta Mas. Analisis pengaruh secara parsial variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 7. Hasil Uji T Parsial Variabel Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.636	1.783		6.526	.000
	Harga	.620	.055	.759	11.180	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS 26 (2024)

Uji hipotesis harga terhadap loyalitas pelanggan (H₂)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 11,180 > t_{tabel} 1,661$ dan atau nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan pelanggan J&T Express Cabang Duta Mas Jakarta Barat.

Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2530.833	2	1265.417	69.099	.000 ^b
	Residual	1666.486	91	18.313		
	Total	4197.319	93			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Olahan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai $F_{hitung} 69,099 > F_{tabel} 3,096$, dan atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan J&T Express Cabang Duta Mas Jakarta Barat.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan $Y = 10,386 + 0,636X_1$. Nilai koefisien korelasi Kualitas Pelayanan sebesar 0,715 artinya kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang Kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,512, berarti variabel Kualitas Pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 51,2%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($9,820 > 1,661$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang



positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Express Cabang Duta Mas, Jakarta Barat.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan $Y = 11,636 + 0,620X_2$. Nilai koefisien korelasi Harga sebesar 0,759 artinya kedua variabel memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang Kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,576, berarti variabel Harga memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 57,6%. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(11,180 > 1,661)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Express Cabang Duta Mas, Jakarta Barat.

Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan persamaan $Y = 9,377 + 0,254 X_1 + 0,429 X_2$. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,777 artinya variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap variabel Loyalitas Pelanggan secara simultan memiliki tingkat pengaruh atau hubungan yang Kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,603, berarti variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 60,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(69,099 > 3,096)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Express Cabang Duta Mas, Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Chandra, Teddy., Stefani Chandra dan Layla Hafni. (2020). *Service Quality, Cusotomer Loyalty : Tinjauan Teoritis. Cetakan Pertama*. Malang : CV IRDH.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler, Philip, Keller, dan Kevin Lane. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta : Erlangga.
- Safitri, Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : K-Media.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Pelanggan Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra (2020) *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi 5)* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Tonce, Yosef dan Rangga, Y., D., P., (2022). *Minat dan Loyalitas pelanggan : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi kasus)*, Cetakan Pertama, Jawa Barat : CV. Adanu Abimata.