

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JNT EXPRES CABANG BATAM

Eka Rahma Safitri<sup>1</sup>, Mauli Siagian<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: <sup>1</sup>pb180910303@upbatam.ac.id, <sup>2</sup>maulisgn@gmail.com

### ABSTRACT

*This research aims to investigate the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at JNT Express Batam branch. The population to be studied are customers who have used the JNT Express goods delivery service at the Tanjung Piayu branch in August 2023, totaling 60,203 customers. The sampling technique can be used using the Slovin formula which has produced 397 respondents. The data analysis process uses a multiple linear regression approach, which includes testing data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests. The results of multiple linear regression analysis show that service quality has an influence of 28.4% on customer loyalty. Customer satisfaction has an influence of 35.0% on customer loyalty. Findings from the coefficient of determination ( $R^2$ ) show that overall, service quality and customer satisfaction can explain 65.1% of the variation in customer loyalty. In addition, the  $t$  test and  $F$  test show that both service quality and customer satisfaction have a positive and significant influence partially or simultaneously on customer loyalty at JNT Express Batam branch.*

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

### PENDAHULUAN

Kebutuhan yang meningkat dari masyarakat untuk layanan pengiriman barang telah menciptakan peluang bisnis yang menarik bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Di Indonesia, industri layanan pengiriman barang menjadi sebuah sektor bisnis yang sangat menjanjikan, terutama karena pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Peningkatan permintaan ini membuka pintu bagi pelaku bisnis ekspedisi untuk mengembangkan layanan mereka dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Dalam menghadapi pesatnya pertumbuhan ekonomi, perusahaan ekspedisi harus dapat dengan berinovasi dan memanfaatkan teknologi terkini untuk meningkatkan efisiensi operasional pada suatu perusahaan (Rosyida & Fatmawati, 2021: 152). Dengan adanya inovasi pada jasa pengiriman seperti layanan pelacakan yang dapat lebih akurat, pilihan waktu pengiriman yang dapat lebih fleksibel atau bahkan integrasi dengan *platform e-commerce* untuk memfasilitasi pengiriman barang secara langsung dari toko *online* ke pelanggan. Dengan memberikan layanan yang lebih baik dan efisien, perusahaan ekspedisi dapat memperluas pangsa pasar mereka.

Jasa pengiriman barang atau ekspedisi adalah entitas bisnis yang berfokus pada kegiatan pengiriman barang, dan ini adalah bentuk layanan publik yang memberikan kemudahan dalam

pelaksanaannya. Pengiriman barang terjadi sebagai respons terhadap kebutuhan untuk mengirimkan barang dari satu tempat ke tempat lain. Biasanya, pengiriman barang terjadi karena beberapa alasan, seperti transaksi jual beli atau untuk memenuhi kebutuhan barang di lokasi lain. Dalam proses pengiriman barang, terdapat kerjasama yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki kepentingan dalam memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen, sementara konsumen memiliki kepentingan untuk mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan. Dengan kata lain, hubungan ini memungkinkan pelaku usaha untuk mencapai tujuan ekonomis mereka sambil memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen atas pengiriman barang yang efisien dan andal.

JNT Express adalah sebuah perusahaan kurir dan pengiriman yang beroperasi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Perusahaan ini telah berdiri di Indonesia pada 20 Agustus 2015 dan menyediakan berbagai layanan pengiriman paket dan dokumen dengan jaringan yang luas, mencakup 23.000 *outlet* di seluruh Indonesia. Di Kota Batam, cabang JNT Express memiliki 13 *outlet*, yang dapat menjadikannya sebagai salah satu penyedia layanan terbesar di wilayah tersebut. Mengingat jumlah cabang di Kota Batam cukup banyak, maka penelitian ini dapat difokuskan untuk dilaksanakan pada JNT Express pada cabang Tanjung Piayu, hal ini dikarenakan pada cabang tersebut menghadapi tantangan

dalam hal kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan yang diberikan oleh JNT Expres cabang Tanjung Piayu selama tahun 2022-2023 belum mencapai standar pelayanan terbaik yang diharapkan. Hal ini tercermin dari masih adanya keluhan yang diajukan oleh pelanggan. Secara khusus, selama setahun terakhir, terdapat sejumlah keluhan pelanggan yang telah tercatat. Salah satu keluhan utama yang diajukan oleh pelanggan adalah bahwa ketika mereka mengirimkan paket, para karyawan di cabang JNT Expres Tanjung Piayu sering kali mengajukan pertanyaan berlebihan. Pelanggan merasa bahwa karyawan tersebut mencurigai paket yang mereka kirim seolah-olah berisi barang-barang ilegal atau terlarang, padahal pada kenyataannya tidak ada yang salah dengan isi paket tersebut. Hal ini menciptakan ketidaknyamanan bagi pelanggan dan dapat menjadi penyebab utama dari tingginya jumlah pengaduan.

Selain itu, ada juga aduan dari pelanggan yang mengeluhkan bahwa paket yang mereka kirimkan di curigai dan harus dibuka terlebih dahulu sebelum bisa diterima oleh layanan JNT Expres di cabang Tanjung Piayu. Situasi ini terjadi karena JNT Expres di Tanjung Piayu tidak dilengkapi dengan peralatan pemindai *X-ray* untuk memeriksa isi paket, sehingga para karyawan di sana terpaksa membuka paket secara manual agar bisa mengetahui isinya. Keadaan ini tidak hanya memakan waktu ekstra, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran dari pelanggan terkait dengan keamanan paket yang mereka kirimkan. Oleh karena itu, JNT Expres di cabang Tanjung Piayu harus segera melakukan perbaikan dalam layanan yang mereka berikan. Dalam dunia yang semakin kompetitif ini, layanan adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas dan menarik banyak pelanggan.

Kepuasan pelanggan di cabang JNT Expres Tanjung Piayu belum mencapai tingkat maksimal karena masih ada sejumlah pelanggan yang merasa tidak puas dengan kinerja yang diberikan oleh cabang tersebut. Keluhan utama pelanggan terfokus pada ketidaksesuaian antara estimasi waktu pengiriman yang dijanjikan dan waktu sebenarnya saat paket diterima. Masalah ini dikarenakan banyaknya pelanggan yang memilih belanja *online* biasanya karena lebih murah dan banyak *cash reward* yang menanti dan masih banyak jenis lainnya yang terkadang membuat pengiriman mengalami *overload* atau kelebihan muatan yang dialami jasa pengiriman JNT Expres Tanjung Piayu. Dampak dari situasi ini sangat dirasakan oleh penerima paket, terutama jika mereka memiliki kebutuhan mendesak. Keterlambatan tersebut juga dapat menyebabkan

kerugian bagi pelanggan yang memiliki keperluan mendesak terkait dengan paket yang mereka terima serta hal ini juga dapat akan memperoleh untuk berdampak negatif terhadap tingkat loyalitas yang pelanggan terima.

Di samping itu, ada keluhan lain dari pelanggan yang menyebutkan bahwa paket yang mereka terima mengalami kerusakan pada kemasan paket. Pelanggan menyebutkan bahwa kemasan paket terlihat seolah-olah telah dipotong atau digunting, hal ini memunculkan rasa curiga terhadap integritas paket yang mereka terima, pelanggan merasa paket yang diterimanya sudah dibuka terlebih dahulu oleh karyawan JNT Expres di Tanjung Piayu. Oleh karena itu, situasi ini menyoroti urgensi bagi cabang JNT Expres di Tanjung Piayu untuk melakukan perbaikan dalam upaya mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal. Dengan dapat memprioritaskan kepuasan pelanggan, cabang ini tidak hanya menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan saat ini, tetapi juga membangun dasar yang kuat untuk mencapai loyalitas pelanggan sebagaimana dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Loyalitas pelanggan terhadap JNT Expres cabang Tanjung Piayu telah mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan ini disebabkan oleh sejumlah masalah yang belum berhasil diatasi oleh perusahaan, terutama dalam hal kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dampaknya, jumlah pelanggan JNT Expres di cabang Tanjung Piayu mengalami fluktuasi dengan kecenderungan penurunan yang cukup mencolok dalam setiap bulannya. Mulai dari bulan September 2022 hingga Desember 2022, terdapat penurunan pelanggan yang terus menerus. Meskipun demikian, pada awal tahun 2023, yaitu dari bulan Januari hingga Maret terjadi peningkatan jumlah pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa selama periode tersebut, banyak pelanggan yang aktif menggunakan layanan pengiriman barang melalui JNT Expres Tanjung Piayu. Sayangnya, periode antara April 2023 hingga Agustus 2023 kembali ditandai dengan penurunan jumlah pelanggan.

Penurunan pelanggan disebabkan oleh persaingan yang sangat ketat di industri jasa pengiriman barang. Saat ini, banyak perusahaan jasa pengiriman bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan menawarkan inovasi yang berinovasi. Selain hal tersebut, perubahan perilaku pelanggan terhadap masalah-masalah yang masih belum diatasi oleh JNT Expres di cabang Tanjung Piayu. Pelanggan saat ini memiliki harapan yang lebih tinggi terkait kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan yang mereka terima dari JNT Expres cabang Tanjung Piayu. Oleh karena itu, sangat penting bagi cabang JNT

Expres di Tanjung Piayu untuk mengatasi permasalahan yang ada dengan cermat. Dengan upaya untuk memecahkan masalah, cabang JNT Expres Tanjung Piayu dapat memastikan bahwa pelanggan akan loyalitas untuk jangka waktu yang lebih panjang lagi.

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merujuk pada pengalaman dan harapan yang terkait dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Hal ini mencakup sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan dapat melebihi harapan pelanggan. Pengukuran kualitas layanan seringkali menjadi patokan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan atau organisasi dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya (Almanda & Siagian, 2022: 136).

Kualitas layanan merujuk pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang memadai dan tepat waktu. Ini melibatkan kesesuaian antara apa yang diharapkan oleh pelanggan dan apa yang disampaikan oleh penyedia layanan. Dalam mengoptimalkan kualitas layanan, penting untuk memahami dengan cermat apa yang diinginkan oleh pelanggan dan memberikan respons yang memuaskan dengan tepat dan efisien (Tobing *et al.*, 2021: 168).

Kualitas layanan merujuk pada sejauh mana suatu perusahaan mampu memberikan dukungan yang efisien dan efektif dalam proses transaksi produk dan layanan. Hal ini mencakup sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik dan mengoptimalkan seluruh rangkaian operasionalnya untuk mencapai hasil yang baik dalam segala hal terkait dengan produk dan layanan yang mereka tawarkan (Wirapraja *et al.*, 2021: 130).

Kualitas layanan adalah penilaian yang dibuat oleh pelanggan berdasarkan persepsi mereka. Pelanggan menilai kualitas layanan berdasarkan pengalaman dan ekspektasi yang mereka miliki. Dalam hal ini, penting bagi penyedia layanan untuk memahami bahwa pengalaman pelanggan bukan hanya tentang aspek teknis dari layanan itu sendiri, tetapi juga tentang bagaimana pelanggan merasakannya dan bagaimana mendeskripsikannya dalam pikiran pelanggan (Kartika & Siagian, 2023: 5037).

Kualitas layanan merujuk pada tingkah laku yang menghasilkan perubahan yang diinginkan oleh pelanggan, memungkinkan mereka untuk menilai layanan dengan cermat. Kualitas pelayanan sebenarnya mencerminkan sejauh mana tingkat pelayanan yang disajikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Hal ini dapat mencerminkan bagaimana perilaku dan interaksi perusahaan dengan pelanggan memiliki dampak

langsung pada pengalaman pelanggan (Jeany & Siagian, 2020: 331).

Dengan merujuk pada penjelasan diatas, dapat menyimpulkan bahwasanya kualitas layanan adalah suatu upaya yang difokuskan pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan yang diperlukan oleh pelanggan. Selain itu, kualitas layanan juga melibatkan aspek penting ketepatan waktu dalam memenuhi harapan pelanggan. Ini berarti bahwa layanan yang berkualitas harus mampu memenuhi keinginan pelanggan dengan cepat dan sesuai dengan yang diharapkan.

Merujuk pada penjelasan Stanley & Sidharta (2023: 419) terdapat lima indikator dalam mengukur kualitas layanan, dengan penjelasan dibawah ini:

1. Keandalan
2. Ketanggapan
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti Fisik

### 2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai reaksi emosional yang bisa mencerminkan kebahagiaan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh para pelanggan. Hal ini bergantung pada sejauh mana gambaran produk perusahaan sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Pernyataan ini mencerminkan hubungan yang erat antara persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan (Jeany & Siagian, 2020: 332).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari konsumen memandang kenyamanan, cara transaksi, dan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau penyedia layanan. Hal ini mencakup pengalaman keseluruhan konsumen selama berinteraksi dengan bisnis atau organisasi tertentu. Ketika konsumen merasa nyaman, menemui metode transaksi yang mudah dan menerima layanan yang ramah mereka cenderung merasa puas (Widodo & Yosepha, 2022).

Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh seseorang setelah mengalami dua atau lebih metode layanan, yang sesuai dengan harapan yang mereka inginkan. Dalam hal ini kepuasan dapat mencerminkan persepsi awal individu terhadap kualitas dan efektivitas layanan yang diterima, dan sejauh mana layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka (Sagala *et al.*, 2021: 237).

Kepuasan pelanggan adalah refleksi dari keseluruhan pengalaman yang dialami oleh pelanggan setelah mereka membeli dan menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan tidak hanya terkait



dengan titik awal pembelian, tetapi juga dengan berbagai interaksi dan pengalaman yang mereka alami selama masa kepemilikan atau penggunaan produk tersebut (Muharam *et al.*, 2021: 239).

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis yang dirasakan oleh konsumen terkait dengan produk atau jasa yang mereka beli. Hal ini tergantung pada perbandingan antara harapan awal konsumen terhadap produk atau jasa tersebut dengan pengalaman aktual mereka saat menggunakannya. Jika produk atau jasa memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka kepuasan pelanggan akan tercapai (Sewaka *et al.*, 2021).

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi subjektif yang dilakukan oleh pelanggan setelah membandingkan antara harapannya dengan apa yang pelanggan terima dari produk atau jasa yang diberikan. Ketika pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, mereka cenderung untuk tetap loyal.

Merujuk penjelasan Destrina & Dermawan (2023: 2640) terdapat indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan, dengan penjelasan dibawah ini:

1. Kesesuaian Harapan
2. Persepsi Kinerja
3. Penilaian Pelanggan

### 2.3 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merujuk pada kesetiaan dan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau penyedia layanan. Loyalitas ini berkaitan dengan kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian jangka panjang yang positif. Pelanggan tidak hanya memilih merek secara acak, tetapi mereka secara sadar memilih untuk terus berbelanja dari tempat yang sama karena mereka puas dengan pengalaman berbelanja mereka (Jeany & Siagian, 2020: 332).

Loyalitas pelanggan adalah manifestasi dari keinginan seorang konsumen untuk terus-menerus membeli produk atau layanan yang sama, tanpa terpengaruh oleh tawaran potensial dari produk atau layanan serupa. Dalam hal ini loyalitas dapat memberikan dorongan pelanggan untuk tetap setia kepada perusahaan atau merek tertentu, bahkan jika ada persaingan dari pesaing yang berusaha menarik mereka (Destrina & Dermawan, 2023: 2640).

Loyalitas pelanggan adalah fenomena di mana pelanggan secara konsisten melakukan pembelian berulang karena mereka merasa terikat atau memiliki perjanjian dengan suatu merek atau perusahaan tertentu. Hal ini mencerminkan hubungan yang kuat antara pelanggan dan entitas bisnis yang membentuk dasar penting dalam menjaga basis pelanggan yang stabil dan berkelanjutan (Mardianti & Suhardi, 2023: 367).

Loyalitas pelanggan adalah cerminan pada tingkat komitmen untuk terus membeli atau menggunakan kembali produk yang mereka sukai di masa yang akan datang. Ini berarti bahwa pelanggan tetap setia, tidak hanya karena promosi pemasaran atau upaya perubahan yang memungkinkan terjadi, tetapi karena mereka secara konsisten memilih produk tersebut tanpa memandang situasi atau perubahan yang terjadi di sekitarnya (Satria & Astarini, 2023: 1914).

Loyalitas pelanggan merujuk pada hubungan yang erat dan kesetiaan yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap perusahaan dalam jangka panjang. Ini mencerminkan komitmen mereka untuk tetap berlangganan, membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan bukan hanya tentang pembelian berulang, tetapi juga tentang kepuasan saling percaya antara perusahaan dan konsumen (Putri *et al.*, 2021: 96).

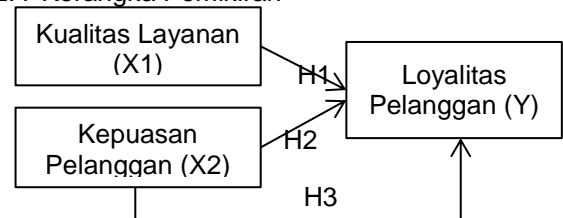
Loyalitas pelanggan merujuk pada kesetiaan dan komitmen jangka panjang yang dimiliki pelanggan terhadap pemasok. Hal ini dibangun berdasarkan pengalaman positif pelanggan dengan karakteristik tertentu yang sangat dihargai. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan atau produk yang diberikan oleh pemasok, mereka cenderung tetap setia untuk terus bertransaksi dengan pemasok yang sama di masa depan (Fatonah *et al.*, 2023: 189).

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya loyalitas pelanggan adalah keadaan di mana seseorang secara konsisten membeli produk atau menggunakan jasa dari suatu tempat atau perusahaan secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan loyal adalah individu yang memiliki preferensi dan kepercayaan tinggi terhadap suatu merek.

Merujuk penjelasan Ramdaniah *et al.* (2022: 165) terdapat indikator dalam mengukur loyalitas pelanggan, dengan penjelasan dibawah ini:

1. Mengatakan hal-hal yang positif
2. Rekomendasi kepada orang lain
3. Pembelian dilakukan secara terus-menerus

### 2.4 Kerangka Pemikiran



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran (Sumber: Data Penelitian 2023)

### 2.5 Hipotesis

H1 : Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

H2 : Kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

H3 : Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah jenis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pilihan pendekatan deskriptif ini dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjelaskan situasi spesifik yang sedang diselidiki dengan diperkuat pada tinjauan komprehensif terhadap literatur yang ada untuk menyempurnakan analisis peneliti dan pada akhirnya sampai pada kesimpulan. Pada pernyataan tersebut, penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Pendekatan kuantitatif dengan penjelasan oleh Sugiyono (2019: 17) adalah pendekatan didasarkan pada filosofi positivisme, yang dapat digunakan untuk mempelajari sampel tertentu. Proses pemilihan sampel yang sesuai melibatkan penggunaan teknik pengambilan sampel yang tepat.

Sifat penelitian ini melibatkan tindakan mereplikasi penelitian sebelumnya untuk mengulangi penelitian sebelumnya dengan mempergunakan variabel dan teknik analisis data yang serupa. Tujuan utamanya adalah untuk mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya dan memastikan hasil tersebut dapat secara konsisten. Meskipun demikian, terdapat perbedaan penting dalam penelitian ini, terutama mengenai objek dan periode waktu yang berbeda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
JNT Expres cabang Tanjung Piayu selalu mengirimkan paket saya sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan	0,651	0,098	Valid
Saya merasa yakin bahwa JNT Expres cabang Tanjung Piayu akan mengatasi masalah dengan pengiriman paket saya dengan baik	0,696	0,098	Valid
Pihak JNT Expres cabang Tanjung Piayu merespon pertanyaan atau keluhan saya dengan cepat	0,662	0,098	Valid
Saya merasa puas dengan kecepatan tanggapan dari pihak JNT Expres Cabang Tanjung Piayu terhadap permintaan saya	0,696	0,098	Valid
JNT Expres cabang Tanjung Piayu memberikan jaminan terkait keamanan paket pengiriman saya	0,754	0,098	Valid
Saya merasa yakin bahwa paket pengiriman saya akan sampai ke tujuan dengan aman saat menggunakan JNT Expres Cabang Tanjung Piayu	0,328	0,098	Valid

Populasi mengacu pada kategori luas yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan sifat tertentu yang diidentifikasi untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi pemilihan anggota sampel dari dalam populasi, membantu dalam menentukan ukuran mereka dan membatasi ruang lingkup generalisasi (Sugiyono, 2019: 127). Pada sudut pandang tersebut, target populasi yang akan dikaji adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan pengiriman barang JNT Expres cabang Tanjung Piayu pada tahun 2023 berjumlah 60.203 pelanggan. Informasi tersebut dapat diperoleh dari data jumlah pelanggan JNT Expres cabang Tanjung Piayu pada Agustus 2023.

Sampel adalah keseluruhan populasi dan karakteristiknya. Dalam kasus di mana mempelajari seluruh populasi tidak praktis dikarenakan adanya kendala seperti keterbatasan dana, waktu, dan energi, peneliti dapat menggunakan sampel dari sebagian yang berasal dari populasi yang akan diteliti tersebut (Sugiyono, 2019: 127). Untuk memilih sampel ini, peneliti menggunakan Slovin dengan menghasilkan 397 responden.

Teknik *sampling* yang akan digunakan pada studi ini merupakan *simple random sampling*, yang dimana dapat dijelaskan sebagaimana dalam pemilihan anggota sampel dari keseluruhan populasi dengan secara yang benar-benar acak, tanpa adanya mempertimbangkan subkelompok atau kriteria dalam populasi yang akan dikaji tersebut. Dengan melalui teknik *simple random sampling* dapat dengan memastikan bahwasanya setiap anggota dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian, sehingga dapat menjadikannya cara yang adil dalam mengumpulkan data (Sugiyono, 2019: 129).

Tabel 1. Lanjutan

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Karyawan JNT Expres cabang Tanjung Piayu bersikap ramah ketika saya memiliki masalah terkait pengiriman paket	0,644	0,098	Valid
Saya merasa dihargai sebagai pelanggan oleh karyawan JNT Expres cabang Tanjung Piayu	0,651	0,098	Valid
Saya merasa fasilitas pengiriman JNT Expres cabang Tanjung Piayu terlihat baik dan terawat	0,603	0,098	Valid
Saya puas dengan penampilan dan kondisi paket pengiriman yang saya terima dari JNT Expres cabang Tanjung Piayu	0,472	0,098	Valid
Saya merasa bahwa JNT Expres cabang Tanjung Piayu memenuhi harapan saya dalam hal pengiriman paket	0,669	0,098	Valid
Pelayanan yang saya terima dari JNT Expres cabang Tanjung Piayu sesuai dengan apa yang saya harapkan	0,591	0,098	Valid
Menurut pendapat saya, kinerja JNT Expres cabang Tanjung Piayu dalam mengirimkan paket sangat baik	0,633	0,098	Valid
Saya merasa bahwa JNT Express Cabang Tanjung Piayu memberikan pelayanan yang efisien dan handal dalam pengiriman paket	0,708	0,098	Valid
Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh JNT Express Cabang Tanjung Piayu	0,490	0,098	Valid
Saya akan memberikan penilaian yang positif kepada JNT Express Cabang Tanjung Piayu	0,576	0,098	Valid
Saya berbicara tentang pengalaman positif tentang JNT Express Cabang Tanjung Piayu kepada orang terdekat	0,684	0,098	Valid
Saya dengan senang hati berbagi informasi positif kepada orang lain tentang manfaat yang dapat diperoleh melalui JNT Express Cabang Tanjung Piayu	0,605	0,098	Valid
Saya akan merekomendasikan JNT Express Cabang Tanjung Piayu kepada orang lain	0,665	0,098	Valid
Saya akan mengajak orang terdekat untuk menggunakan jasa layanan JNT Express Cabang Tanjung Piayu	0,598	0,098	Valid
Saya cenderung melakukan pengiriman paket secara terus-menerus melalui JNT Express Cabang Tanjung Piayu	0,645	0,098	Valid
Pengalaman positif membuat saya ingin terus menggunakan layanan JNT Express Cabang Tanjung Piayu	0,551	0,098	Valid

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Uraian hasil yang ditampilkan pada tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan terhadap seluruh item pernyataan dari variabel loyalitas pelanggan, dapat menghasilkan nilai r hitung yang telah melampaui ambang batas nilai dalam r tabel (0,098). Pengamatan uji ini

mengarah pada kesimpulan bahwa semua item pernyataan dalam pengujian tersebut dalam hasil yang dianggap valid. Artinya, data yang telah dikumpulkan dari pengujian tersebut dapat dipergunakan sebagai alat ukur yang baik untuk mengukur data variabel penelitian yang diteliti.

#### 4.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,820	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,665	6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,688	6	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Temuan yang telah tersajikan pada tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa pengujian yang telah diterapkan pada keseluruhan variabel penelitian berhasil menghasilkan nilai *cronbach's alpha* yang dapat melampaui ambang batas pada besaran nilai 0,60. Pengamatan ini mengarahkan

kepada kesimpulan bahwasanya untuk keseluruhan variabel penelitian dalam pengujian ini menunjukkan hasil yang dapat dianggap *reliabel*. Dengan demikian, hal ini dapat menegaskan bahwa seluruh item atau pernyataan dalam instrumen pengukuran tersebut

konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud dan dapat diandalkan atau dipercaya

untuk memberikan gambaran yang akurat berkaitan dengan aspek yang sedang.

### 4.3 Uji Normalitas

**Tabel 3.** Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		397
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.48417409
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.021
	<i>Positive</i>	.017
	<i>Negative</i>	-.021
<i>Test Statistic</i>		.021
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

**Sumber:** Pengolahan Data (2023)

Uraian data pada tabel 3 yang tersajikan di atas, dapat menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* yang terkandung dengan besaran 0,200, telah dapat melampaui ambang batas yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dalam penilaian komprehensif ini, muncul argumen yang meyakinkan data yang dievaluasi sejalan dengan

kriteria yang ditetapkan untuk asumsi normalitas. Oleh karena itu, dari hasil analisis dengan melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*, terdapat dasar yang kuat untuk menyimpulkan bahwasanya data yang diteliti menunjukkan bahwasanya sebaran data yang terkandung pada penelitian ini cenderung normal.

### 4.4 Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.** Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>	<i>Coefficients<sup>a</sup></i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	( <i>Constant</i> )		
	Kualitas Layanan	.594	1.684
	Kepuasan Pelanggan	.594	1.684

*a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan*

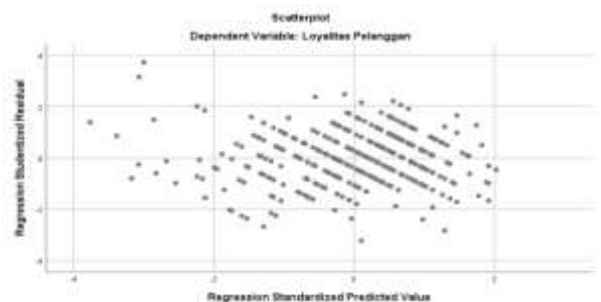
**Sumber:** Pengolahan Data (2023)

Uraian data yang tersajikan dalam tabel 4 di atas, terlihat bahwa nilai *tolerance* melampaui ambang batas 0,10 pada seluruh variabel independen. Selain itu, *VIF* tercatat di bawah 10,00 untuk setiap variabel independen. Oleh karena itu, sebagaimana pengamatan tersebut dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model. Hal ini

menyiratkan bahwasanya semua variabel-variabel independen tidak dapat berkorelasi secara substansial satu sama lainnya, sehingga hal ini dapat untuk menegaskan keandalan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap kekuatan prediksi model.

### 4.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk dalam menguji apakah terdapat ketidaksamaan variabilitas antar residual pada berbagai pengamatan dalam suatu model regresi. Dalam hal ini, melibatkan penggunaan *scatterplot* sebagai dasar pengujian. Dalam memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai hasil dari penemuan yang dicapai untuk pengujian ini dapat disajikan dalam bentuk gambar berikut:



**Gambar 2.** Uji Heteroskedastisitas  
**Sumber:** Pengolahan Data (2023)



Dengan menganalisis informasi yang telah tersajikan pada gambar 2 di atas, menjadi jelas bahwa *scatterplot* telah dapat menampilkan penyebaran titik-titik dengan secara acak, tidak memiliki struktur atau susunan pola yang jelas. Selain itu, distribusi titik-titik juga tampak tersebar

di wilayah atas dan bawah, yang telah berada di sekitar angka nol pada sumbu Y. Maka dapat diarahkan kepada kesimpulan bahwa dalam konteks penelitian yang dilakukan saat ini, tampaknya tidak ada masalah yang dapat diamati terkait dengan heteroskedastisitas.

#### 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan dan seberapa kuat pengaruh kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas

pelanggan (Y). Dalam memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai hasil dari penemuan yang telah dicapai untuk analisis regresi linier berganda dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.628	.758		6.103	.000
	Kualitas Layanan	.284	.021	.530	13.726	.000
	Kepuasan Pelanggan	.350	.038	.357	9.242	.000

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dengan menganalisis data yang tersajikan tabel 4.15 di atas persamaan yang dihasilkan  $Y=4,628+0,284X1+0,350$ . Dengan penjelasan berikut:

1. Konstanta yang dinyatakan sebagai angka 4,628 dapat mengindikasikan ketika variabel kualitas layanan (X1) serta kepuasan pelanggan (X2) dapat diabaikan ataupun dianggap bernilai nol, nilai loyalitas pelanggan (Y) akan tetap pada besaran 4,628.
2. Koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan (X1) telah diidentifikasi sebagai 0,284 yang telah menunjukkan hubungan yang positif antara kualitas layanan terhadap

loyalitas pelanggan. Dari nilai ini dapat diartikan, setiap kenaikan sebesar 1% dalam kualitas layanan akan menyebabkan peningkatan sebesar 28,4% dalam loyalitas pelanggan.

3. Koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan (X2) telah diidentifikasi sebagai 0,350 yang telah menunjukkan hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dari nilai ini dapat diartikan, setiap kenaikan sebesar 1% dalam kepuasan pelanggan akan dapat menyebabkan peningkatan sebesar 35,0% dalam loyalitas pelanggan.

#### 4.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) dapat untuk menjelaskan variasi atau perubahan yang

terjadi pada variabel loyalitas pelanggan (Y). Untuk menguraikan temuan dari analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) secara rinci dan jelas, dapat disajikan sebagaimana yang telah terurai dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 6.** Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	Model Summary <sup>b</sup>		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 <sup>a</sup>	.651	.649	1.488

a. *Predictors:* (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

b. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Data yang teruraikan dalam tabel 6 di atas, dengan jelas menunjukkan bahwasanya analisis yang dilakukan menghasilkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) pada besaran 0,651, yang setara dengan 65,1% jika diubah ke dalam bentuk persentase. Hal ini menyiratkan bahwa sebesar 65,1% dari variabilitas atau variasi dalam loyalitas pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) yang diselidiki dalam penelitian

ini. Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa sekitar 34,9% dari variabilitas tersebut masih tetap tidak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Bagian yang tidak terhitung ini mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam pengamatan dalam proses penelitian yang spesifik ini.



#### 4.8 Uji t

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh signifikan dengan cara parsial antara variabel kualitas layanan (X1) serta kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Tolak ukur pengujian dilalui dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel, pada tingkat

signifikansi 0,05. Penentuan t tabel dapat didasari pada rumus  $df=n-k-1$  yang ditulis dengan  $397-2-1=394$ , maka sebab itu t tabel diperoleh dengan angka 1,966. Untuk menguraikan temuan dari uji t secara rinci dan jelas, dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 7.** Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.628	.758		6.103	.000
Kualitas Layanan	.284	.021	.530	13.726	.000
Kepuasan Pelanggan	.350	.038	.357	9.242	.000

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan

**Sumber:** Pengolahan Data (2023)

Uraian data yang tersajikan dalam tabel 7 di atas, sebagaimana dapat dijelaskan dibawah ini:

1. Kualitas layanan (X1) dinyatakan pada perolehan t hitung dengan besaran 13,726 jauh melebihi nilai t tabel yang ditentukan (1,966). Selain itu, tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, temuan ini memberikan keyakinan untuk menerima H1 yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan

signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

2. Kepuasan pelanggan (X2) dinyatakan pada perolehan t hitung dengan besaran 9,242 jauh melebihi nilai t tabel yang ditentukan (1,966). Selain itu, pada tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, temuan ini memberikan keyakinan untuk menerima H2 yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam..

#### 4.9 Uji F

Uji F digunakan untuk menilai pengaruh signifikan dengan cara simultan antara variabel kualitas layanan (X1) serta kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Tolak ukur pengujian dilalui dengan membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel, pada tingkat

signifikansi 0,05. Penentuan f tabel dapat didasari pada rumus  $df1=$  jumlah variabel  $1= 2$  serta pada  $df2=n-k-1$  yang ditulis dengan  $397-2-1=394$ , maka sebab itu f tabel diperoleh dengan angka 3,02. Untuk menguraikan temuan dari uji F secara rinci dan jelas, dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 8.** Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	ANOVA <sup>a</sup>			Sig.
		df	Mean Square	F	
1 Regression	1623.596	2	811.798	366.673	.000 <sup>b</sup>
Residual	872.298	394	2.214		
Total	2495.894	396			

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan

b. *Predictors:* (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

**Sumber:** Pengolahan Data (2023)

Uraian data yang tersajikan dalam tabel 8 di atas, terlihat bahwa nilai f hitung dengan besaran 366,673 jauh melebihi nilai f tabel yang ditentukan (3,02). Selain itu, tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, temuan ini memberikan keyakinan untuk menerima H<sub>a</sub> yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap

loyalitas pelanggan (Y) pada JNT Expres cabang Batam.

#### SIMPULAN

Merujuk pada penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, yang dapat memberikan simpulan seperti dibawah ini:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.
3. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam

## DAFTAR PUSTAKA

- Almanda, W., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam. *ECo-Buss*, 5(1), 133–145.
- Destrina, A. A., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2639–2646. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fatonah, H., Rani, & Purwatiningsih. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2. *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 186–201.
- Jeany, & Siagian, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa. *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBSI UNSRAT)*, 7(3), 330–341.
- Kartika, U. N., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Batam. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5034–5048.
- Mardianti, & Suhardi. (2023). Pengaruh Kinerja Layanan , Kepercayaan , dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 365–375.
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. Bin. (2021). E-Service Quality, Customer Trust and Satisfaction: Market Place Consumer Loyalty Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 237. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i2.23224>
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1), 93–108. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206>
- Ramdaniah, S., Mintarti, S., & Nadir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Jamaah Umroh PT. Arrehlah Wisata Samarinda). *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(3), 161–176.
- Rosyida, A., & Fatmawati, R. (2021). Kualitas Pelayanan Perusahaan J&T Express Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Administrasi*, 24(2), 152–157.
- Sagala, I., Zebua, Y., & Halim, A. (2021). The Impact Of Service Quality Through Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.31538/ndh.v6i2.1430>
- Satria, F., & Astarini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Sewaka, S., Anggraini, K., Mas'adi, M., Nurhadi, A., & Arianto, N. (2021). The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality of Banking Products on Loyalty of Bank Customer in Tangerang. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.295>
- Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(4).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tobing, A., Simorangkir, E., Situmorang, M., & Purba, P. Y. (2021). The Influence of Service Quality, Pricing, and Digital Marketing on IndiHome Fiber Customer Loyalty. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 167–173. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.35523>
- Widodo, S., & Yosepha, S. Y. (2022). E-loyalty model based on e-service quality, e-trust and e- satisfaction on Gojek consumers in East Jakarta. *International Journal Of Artificial Intellegence Research*, 6(1.2), 1–7. <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.2.607>
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(2), 128–137. <https://doi.org/10.24002/ijis.v3i2.4191>