
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA JASA PENGIRIMAN J&T CARGO DI KOTA MALANG)

Oleh

Sipora Isir¹, Zulkilfi², Alfiana³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang

Email: ¹kmelan91@gmail.com, ²zulkilfiuwg@gmail.com, ³alfianacra@yahoo.co.id

Article History:

Received: 15-07-2023

Revised: 22-07-2023

Accepted: 18-08-2023

Keywords:

Pengaruh Kualitas Layanan,
Kepercayaan, Kepuasan
Terhadap Loyalitas Konsumen

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas layanan Kepercayaan, Kepuasan sebagai variabel intervening dalam penelitian ini terdapat 4 Hipotesis Terhadap Loyalitas Konsumen pada jasa pengiriman J&T Cargo dikota malang secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian ini menggunakan data primer Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 98 responden dimana penyebaran kuesioner dilaksanakan melalui fasilitas chatting seperti aplikasi whatsapp dan line. Pengambilan sampel menggunakan metode nonprobability sampling dengan metode purposive sampling.. Hasil pengujian atas pengaruh kepuasan terhadap loyalitas menunjukkan hubungan Metode analisis data dengan menggunakan alat atau software statistik yang digunakan dalam pengolahan data yaitu SPSS Versi 26. Hasil analisis dengan menggunakan model regresi linier berganda yang positif. Ini membuktikan bahwa semakin baik kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas.

PENDAHULUAN

Secara umum tingkat persaingan di bidang pengiriman barang melalui bidang jasa pengiriman sangat tinggi dimana di kota malang sudah banyak perusahaan yang bergerak di bidang ini, oleh karena itu perusahaan J&T Cargo bagi perusahaan harus mengembangkan strategi yang tepat untuk bisa memenangkan persaingan.

Salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah agar perusahaan J&T Cargo bisa menjaga hak pelanggan dan melakukan pembelian ulang. Apabila pelanggan telah melalui pembelian ulang secara kondisinya, dan tidak mau pindah ke perusahaan lain, maka diharapkan pelanggan tersebut akan loyal terhadap perusahaan.

Untuk mendapatkan loyalitas konsumen perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas konsumennya. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, di antaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan konsumen, dan nilai yang dipikirkan konsumen. Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2009:121), kualitas layanan atau kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Menurut Parasuraman dkk (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:182) terdapat lima dimensi dalam

kualitas jasa yaitu berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketang gapan (responsiveness), jaminan dan kepastian (assurance), empati (emphaty).

Dalam penelitian ini peneliti juga dapat melihat bagaimana kualitas pelayanan yakni salah satu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kasmir mengemukakan bahwa pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kepercayaan (trust atau belief) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka (Debhokar dalam Junusi, 2009). Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) untuk memperlancar dan membantu pelaksanaan perdagangan ekspor impor sehingga mempermudah pembeli (importir) dan penjual (eksporter) dalam melaksanakan transaksinya. Semakin tinggi derajat kepercayaan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakannya.

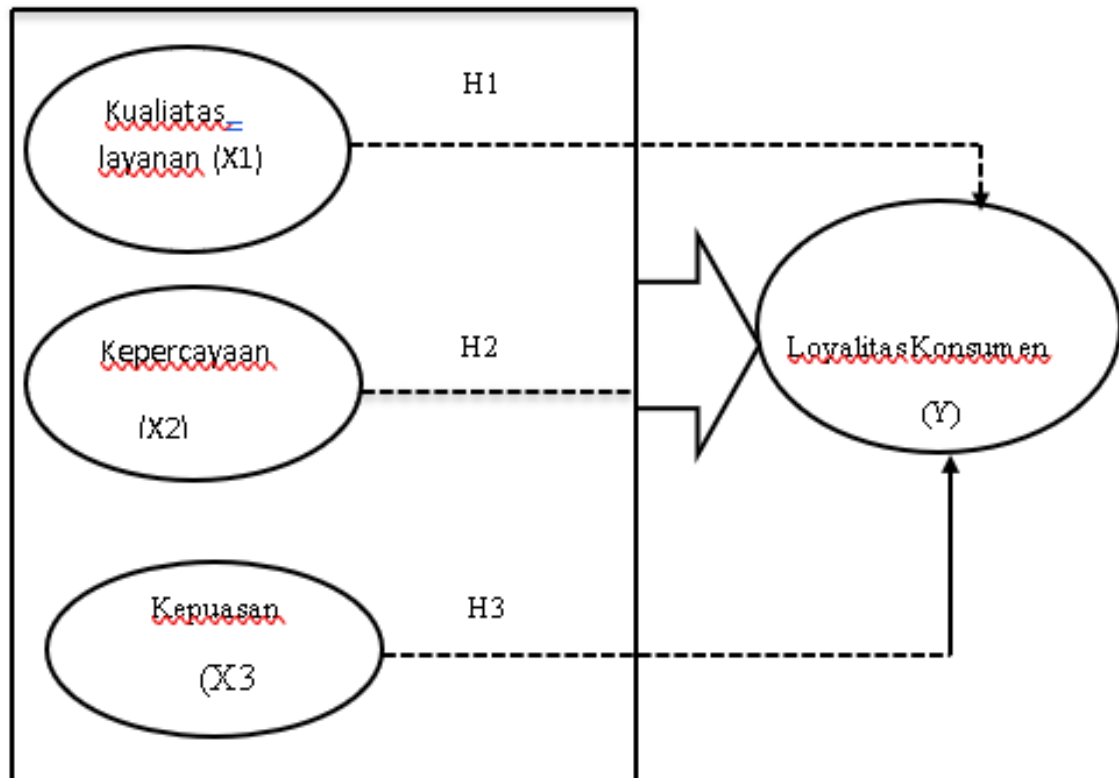
Kepuasan konsumen (Customer Satisfaction) merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Swasta, 2002). Apabila pihak perusahaan tersebut mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan, maka hal itu akan berdampak pada tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, begitu sebaliknya. Hal ini sesuai pernyataan Aacker (1987) dalam Maylina bahwa konsumen akan setia atau loyal terhadap suatu merek bila ia mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan tersebut perlu mengatur strategi pemasaran agar pelanggan tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan. Strategi tersebut salah satunya dengan memperkirakan kecenderungan permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui pada variabel diatas saling mempengaruhi pada loyalitas konsumen. maka penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap loyalitas Konsumen. (Studi pada PT indah Grup Cargo Kota Malang).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpul dari responden dengan menggunakan kuisiонер .. subjek penelitian ini dilakukan di perusahaan J&T Cargo Di Kota Malang. Sumber data yaitu data internal, sedangkan jenis data yaitu data primer berupa kuisiонер, dan data kuisiонер berupa profil Responden Konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Sebanyak 98 Orang kemudian teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh atau sensus yang dimana seluruh anggotapopulasi dijadikan sebagai sampel. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan penyebaran kuisiонер. Analisis data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Metode analisis data dengan menggunakan alat atau software statistik yang digunakan dalam pengolahan data yaitu SPSS Versi 26. Hasil analisis dengan menggunakan model regresi linier berganda.

Gambar Konseptual:

**Keterangan:**

Garis putus-putus (- - - - -)

1. Pengaruh secara parsial variabel kualitas layanan (X1) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y)
2. Pengaruh secara parsial variabel kepercayaan (X2) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y)
3. Pengaruh secara parsial variabel kepuasan (X3) terhadap loyalitas konsumen

Garis Lurus (———)

Pengaruh bersama-sama secara simultan variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepercayaan (X2) terhadap variabel loyalitas konsumen (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik responden pada penelitian ini meliputi: a) berdasarkan umur, b) berdasarkan jenis kelamin, c) Tingkat pendidikan, d) berdasarkan masa kerja, e) berdasarkan gaji,). Kelima karakteristik responden tersebut disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik	Uraian	Jumlah	Persentase
Usia	<25 Tahun	58	58%
	26-40 Tahun	34	34%
	>40 Tahun	6	6%
Jenis Kelamin	Laki-laki	26	26%
	Perempuan	72	72%
Tingkat Pendidikan	SMA	6	10%
	Diploma	24	20%
	S1	60	70%
	S2	8	8 %
Pekerjaan	Pegawai	9	9%
	Wiraswasta	30	30%
	Mahasiswa	40	40%
	Wirausaha	16	16%
	Lainnya	3	3%
Gaji	<2 juta	54	54%
	2 sd 3 juta	38	38%
	<4 juta	6	6%

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas, responden berdasarkan umur paling mendominasi di kisaran umur 25 Tahun, responden berdasarkan jenis kelamin perempuan menjadi responden terbanyak yaitu sebanyak 72 orang dengan presentase sebesar 72%, responden berdasarkan tingkat pendidikan S1 menjadi yang terbanyak yakni berjumlah 60 orang dengan presentase sebesar 60%, responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak adalah mahasiswa 40 tahun menjadi yang terbanyak dengan responden sebanyak 21 orang dengan presentase sebesar 40%. dan responden berdasarkan gaji terbanyak pada gaji <2 juta dengan jumlah 54 orang dengan presentase 54%.

Uji Validitas Dan Reabilitas

Uji Validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak untuk dipertanggungjawabkan keakuratan dan keandalannya.

Uji Asumsi klasik

Untuk menyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu (residual) terdistribusi normal. Pada Studi ini uji normalitas dilakukan dengan cara mengamati sebaran data pada sumbu diagonal satu grafik (Ghozali, 2011: 163). Secara statistik dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov agar mendapat data kuantitatif yang mampu mendukung gambar grafik p-plot. Memastikan agar data terdistribusi normal secara statistik bisa menggunakan Uji Kolmogorov-smirnov dan melihat nilai Asymp.Sig (2-tailed) melalui tingkat signifikan 5%.

Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Apabila terjadi multikolinieritas maka variabel bebas yang berkolinier dapat dihilangkan.

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah di-standardized (Ghozali, 2009: 105)

Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel tidak bebas dengan variabel bebas. Semakin besar nilai R, makasemakin tepat model regresi yang dipakai sebagai alat permainan karena total variasi dapat menjelaskan variabel tidak bebas.

$$r^2 = \frac{a(\sum y) + (\sum_x y) - n(y)^2}{\sum(y)^2 - n(y - 2)} \quad r = \pm \sqrt{r^2}$$

Uji t (Individu/Persial)

Untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen digunakan uji t dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $P \text{ Value (nilai signifikan)} > 0,05$, maka H_0 tidak ditolak (H_a tidak diterima). Artinya bahwa, variabel independen secara individu (parsial) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P \text{ Value (nilai signifikan)} > 0,05$, maka H_a tidak ditolak (H_0 tidak diterima). Artinya bahwa, variabel independen secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen

Persamaan Regresi Linier

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

$\hat{Y}$	=	Loyalitas pelanggan
a	=	Konstanta
b1,b2,b3	=	Koefisien regresi
X1	=	Kualitas layanan
X2	=	Kepercayaan
X3	=	Kepuasan
E	=	Error of term

Uji F (Serentak)

Pengujian secara serentak untuk mengetahui apakah koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel terkait. Uji F merupakan pengujian hipotesis guna mengetahui hubungan antara empat variabel atau lebih dengan k menyatakan variabel bebas dan n adalah ukuran sampel, uji F ini berdistribusi dengan pembilang dk= pembilang k dan dk penyebut = (n-k-1), pada koefisien determinasi berganda hasilnya adalah positif karena menggunakan hasil pengkuadratan:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \text{ (Sugiyono, 2010: 192)}$$

Dengan menggunakan

df = n-k-1k : jumlah variabel independen

n : jumlah sampel

r : korelasi berganda

Bentuk pengujian dari F hitung ini adalah sebagai berikut:

$H_0: b_1 - b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen. $H_0: b_1 = b_2 = 0$, artinya terdapat pengaruh secara parsial yang nyata terhadap kepuasan konsumen.

- 1) Jika $F_{\text{test}} \geq F_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$, maka ada pengaruh antara bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian pengujian model tersebut dikatakan baik
- 2) Jika $F_{\text{test}} < F_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian pengujian model dikatakan tidak baik

Pengujian Hipotesis

Metode SPSS. yang digunakan dalam pengujian penelitian saat ini menggunakan pengujian hipotesis sehingga dilakukan pengujian Hipotesis bisa dapat dilihat pada nilai t-statistik jika yang dipakai adalah menggunakan nilai statistik maka pada Beta 5% nilai t-statistik jika pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka 1,661. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesis adalah H_0 diolak dan H_a diterima ketika t-statistik lebih besar dari 1,661 ketika penolak/menerima Hipotesis yang digunakan maka H_a diterima jika nilai sig lebih besar 0,05

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen ,Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis penelitian yang dilakukan pada jasa pengiriman J&T Cargo Di Kota Malang. Maka kesimpulan di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara Parsial, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Dengan demikian diperoleh nilai t hitung $0,961 \leq t$ tabel = 1,661 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,339 \geq 0,05$, yang artinya hipotesis kedua (H_{a2}) ditolak atau data tidak mendukung hipotesis. Dengan demikian dapat disimpulkan secara uji statistik 5% pada studi kasus jasa pengiriman J&T Cargo di Kota Malang, kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Secara Parsial, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen diperoleh nilai t hitung $0,740 \leq t$ tabel = 1,661 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,461 \geq 0,05$, yang artinya hipotesis ketiga (H_{a3}) ditolak atau data tidak mendukung hipotesis. Dengan demikian dapat disimpulkan secara uji statistik 5% pada studi kasus jasa pengiriman J&T Cargo di Kota Malang, kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
3. Secara parsial simultan kepercayaan dan kepuasan sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Dengan demikian dapat disimpulkan secara uji statistik 5% pada studi kasus jasa pengiriman J&T Cargo di Kota Malang, kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Lebih lanjut, nilai koefisien diperoleh positif 0,441, yang artinya hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen adalah positif atau dapat dikatakan kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
menggunakan jasa pengirinan barang pada jasa pingirman J&T Cargo Di Kota Malang

Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan berdasrakan hasil penelitian ini adalah:

1. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat memepengaruhi loyalitas konsumen yang tidak teliti dalam penelitian ini.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat menambahkan jumlah samapel dindikator yang di anggap peneting pada setiap variabel yang akan digunakan. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan keakuratan data.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Annisa, A., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediator (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3).
- [2] Ariyanto, A. dan Amalia, R. (2020) “Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Jne Di Kota Banda Aceh Terkait Keterlambatan Pengantaran,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 10(2), hal. 19–37. doi:10.37598/jimma.v10i2.999.
- [3] Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 82-91.
- [4] Dewi, R.Y. dan Yosepha, S.Y. (2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), hal. 82–91.
- [5] Ferry Firman Fernada. (2021) “ Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan

- Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada PT. Satria Antara Prima Tbk. Di Malang)
- [6] Irnandha, A. dan Utama, A. (2016) “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta),” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), hal. 660–669.
- [7] Kinerja Layanan P, Kepercayaan D, Kepuasan T, et al. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*. 2013;2(3):1-9. Accessed May 18, 2023. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/3200/3134>
- [8] Komunitas, E. et al. (2012) “Fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro semarang 2012,” Semarang , universitas diponogoro, hal. 2015.
- [9] Yuniarta F, S. IB, Wulandari GA. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.2019;6(2):152.doi:<https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2>.