

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN JNE
DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH



OLEH :

DANIEL WASKITO JATI

NIM : 2011210355

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Daniel Waskito Jati
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Juli 1993
N.I.M : 2011210355
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
Dan Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 14 Okt 2016



(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal : 17 Okt 2016



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)

THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF SERVICES TO SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY JNE IN SURABAYA

Daniel Waskito Jati
Students management marketing
STIE Perbanas Surabaya
Email: danielwaskito@rocketmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research to analyze the influence of the quality of services to customer satisfaction, analyze the quality of services to customer loyalty, analyze of customer satisfaction customer loyalty. Research methodology that we use is to associative and descriptive through household survey. Model and hypotheses tested with sample 104 respondents, where respondents in cut it into a large sample of a number of 74 and sample small a number of 30. Data analyzed using analysis linear regression simple. The result of data find that the quality of services have a positive influence a significant impact on customer satisfaction, the quality of services have a positive influence a significant impact on customer loyalty, customer satisfaction have a positive influence significant impact on customer loyalty. The research indicated that the quality of services played an important role to customer satisfaction and customer loyalty.

Key words: *quality of service, customer satisfaction, customer loyalty, regression analysis linear multiple.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan pengiriman barang telah menjadi kebutuhan utama setiap individu. Semua individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat. Dalam kegiatan pemasaran pengiriman barang setiap perusahaan terus melakukan perubahan dengan cara meningkatkan layanan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan dan loyalitas menjadi tujuan utama para

perusahaan dan nantinya akan berdampak positif pada pelanggan dan pelanggan tersebut menjadi loyal dan akan melakukan penggunaan jasa pengiriman secara jangka panjang. Kondisi seperti ini mengharuskan setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa untuk senantiasa melakukan berbagai strategi agar dapat merebut hati pelanggan. Kondisi persaingan tersebut menuntut kombinasi strategi pemasaran yang tepat, untuk

mencapai pasar sasaran yang meliputi pasar pelanggan sekarang dan pasar pelanggan baru.

JNE adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1990. Tidak hanya melayani pengiriman barang dalam negeri, JNE juga menyediakan jasa pengiriman barang ke luar negeri. Jaringan JNE yang luas dan layanan yang profesional membantu dalam pendistribusian produk dan meningkatkan daya saing dalam pemasaran sehingga perlu melakukan strategi yang baik untuk mempertahankannya. Strategi yang tepat adalah melalui pemahaman pemasaran yang berorientasi pada pasar yang mensyaratkan pemahaman yang baik pada perilaku konsumen.

Disamping kualitas layanan kepuasan pelanggan adalah faktor yang menentukan dalam strategi pemasaran perusahaan yang merupakan pertahanan paling baik untuk menghadapi persaingan yang ketat yang menyebabkan perusahaan harus menempatkan perusahaan pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, sehingga kini menjadi salah satu penentu suksesnya pemasaran. Dimensi kualitas layanan yang bisa diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pengaruh pengaplikasian kualitas layanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari (2013;6) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan

loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan JNE Di Surabaya”

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Menurut Fandy dan Grigorius (2012:75) terdapat lima dimensi kualitas layanan yang sering dijadikan acuan dalam pemasaran jasa adalah :

1. Bukti langsung (*Tangibles*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Menurut Tony (2011:74), bukti langsung adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai dan sarana informasi atau komunikasi.
2. Kehandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Menurut Tony (2011:18), kehandalan adalah ukuran mengenai kemungkinan bahwa produk tidak akan mengalami kerusakan dalam jangka waktu yang ditetapkan. *Reliability* berhubungan dengan

jumlah kerusakan yang dialami pelanggan sesudah pembelian produk.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Menurut Tony (2011:74) daya tanggap adalah keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko, atau keragu-raguan. Menurut Tony (2011:74) jaminan adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, risiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
5. Kepedulian (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Menurut Tony (2011:74) kepedulian adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) , kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpektasi pelanggan.

Menurut (Fandy dan Gregorius, 2012:55) kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pasar sebagai hasil pembelian ulang. Kasmir (2012:266) menyatakan untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan
- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada
- 4) Memeriksa apakah peningkatan mutu layanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak
- 5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara kinerja suatu produk dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan perlu dipantau dan diukur oleh perusahaan, karena dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan

implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Fandy dan

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138), loyalitas sebagai pelanggan yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Konsep loyalitas sendiri memiliki empat tahap yang saling berurutan yaitu:

1. Loyalitas kognitif (*cognitively loyalty*) adalah tahap dimana adanya kepercayaan terhadap suatu merek, dan merek tersebut lebih dipilih dari pada merek yang lain.
2. Loyalitas afektif (*affectively loyalty*) yaitu sikap pemilihan pelanggan terhadap merek yang timbul akibat adanya kepuasan.
3. Loyalitas konatif (*conatively loyalty*) yaitu intensi membeli ulang yang kuat dan membeli keterlibatan tinggi sebagai dorongan motivasi.

4. Loyalitas tindakan (*action loyalty*) yaitu menghubungkan peningkatan yang baik dari minat dan keinginan menjadi sebuah tindakan yang disertai kemauan untuk mengatasi segala halangan yang mungkin terjadi.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian (Selvy Normasari 2013:4) kualitas layanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citra menjadi positif.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian (Selvy Normasari 2013:3) keterkaitan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan, karakteristik pelanggan yang loyal menurut Kasmir (2008:264) yaitu:

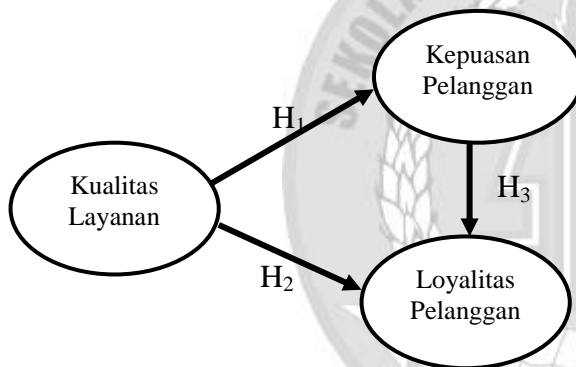
1. Loyal kepada perusahaan, artinya kecil kemungkinan pelanggan untuk pindah ke perusahaan lain dan akan tetap setia menjadi pelanggan perusahaan bersangkutan
2. Mengulang kembali penggunaan jasanya, artinya kepuasan terhadap penggunaan jasa akan menyebabkan pelanggan menggunakan kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang
3. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut

Pengaruh Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian (Selvy Normasari 2013;3) Keterikatan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dapat memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar. 2.4
Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan JNE di Surabaya. *Design* penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan deskriptif. Dalam penelitian ini dapat diketahui hubungan antara variabel dan bagaimana tingkat ketergantungan antara variabel independent dengan variabel dependent. Dalam pelaksanaannya metode penelitian yang dilakukan adalah survei. Unit

analisis yang dituju adalah individu, yaitu pelanggan JNE di Surabaya.

Dalam penyusunan kuisioner ini, jawaban dari responden akan diukur menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek (Malhotra, 2009 : 289).

Batasan Penelitian

Untuk mencegah agar pembahasan dalam penelitian ini tidak meluas dan lebih fokus pada permasalahan yang ada, maka penelitian ini berfokus pada kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan JNE di Surabaya.

Identifikasi Variabel Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan JNE di Surabaya. Maka variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini:

- Variabel Bebas atau Independen
X = Kualitas Layanan
- Variabel terikat atau Dependen
Y₁ = Kepuasan Pelanggan
Y₂ = Loyalitas Pelanggan

Definisi Operasional

Berdasarkan definisi variabel, penjelasan dari setiap variabel adalah:

- A. Variabel Bebas atau Independent
1. Kualitas layanan (X) adalah persepsi responden terhadap

semua layanan yang diberikan oleh JNE. Dimensi variabel dari KL adalah:

- a. Bukti langsung (*tangibles*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Daya tanggap (*responsiveness*)
- d. Jaminan (*assurance*)
- e. Kepedulian (*emphaty*)

B. Variabel Terikat atau Dependent

1. Kepuasan pelanggan (Y_1) adalah pendapat pelanggan sebagai responden mengenai pemenuhan pendapat responden tentang kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh pelanggan dari pengalamannya menggunakan jasa sebuah perusahaan dengan apa yang diharapkannya dari perusahaan tersebut.
2. Loyalitas pelanggan (Y_2) adalah kesetiaan pelanggan individu terhadap perusahaan bersangkutan.

Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta kepentingan masalah riset (Malhotra, 2009:371). Dalam penelitian ini populasi yang akan diambil oleh peneliti adalah pelanggan JNE di Surabaya.

Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2009:371). Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil oleh peneliti adalah pelanggan JNE di Surabaya yang memiliki kriteria sebagai responden. Adapun kriteria yang di butuhkan

adalah sebagai berikut :

1. Usia responden minimal 19 tahun
2. Bertempat tinggal di wilayah Surabaya

Pada usia responden minimal 19 tahun merujuk pada pengertian Tatik Suryani (2008:258) bahwa segmen usia dewasa mempunyai otonomi dalam pengambilan keputusan. Pada umumnya di beberapa suku di Indonesia orang tua mulai memberikan banyak kewenangan kepada anak-anaknya yang berusia 19-25 tahun untuk menentukan pilihan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sampel non probabilitas dimana dalam sampel non probabilitas tersebut dibedakan menjadi empat yaitu *convenience, judgment, quota, snowball sampling* (Mudrajat Kuncoro, 2009 : 138). Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *judgment*. Teknik *judgment sampling* adalah salah satu jenis purposive sampling selain quota sampling dimana penelitian memilih sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Keuntungan dari metode ini adalah bermanfaat untuk tipe-tipe estimasi tertentu, biayanya moderat, sampel memastikan bahwa tujuan yang dicapai pasti tercapai. Kelemahannya adalah hasilnya bias karena sampel tidak *representatif*, proyeksi data dari sampel tidak cocok (Mudrajat Kuncoro, 2009 : 138).

Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Imam Ghozali, 2011 : 47). Untuk mencari nilai validitas sebuah item kita bisa melihat nilai korelasi *corrected items total correlation*, apabila nilai *corrected items total correlation* lebih dari 0,361, maka item pertanyaan bisa digunakan sebagai instrument penelitian (Aris Santjaka, 2015 : 46).

Untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen penelitian adalah dengan cara membandingkan r-tabel dengan r-hitung yang terdapat pada hasil output SPSS pada label correlations. Item-item instrumen penelitian dikatakan valid jika r-hitung > r-tabel. Sedangkan cara lain adalah dengan melihat taraf signifikansinya pada label yang sama. Item-item instrumen penelitian dikatakan valid jika sig < 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas

dengan uji statistik *Cronbarch Alpha* (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbarch Alpha* > 0,60. (Imam Ghozali, 2011:47)

Analisis Statistik

Analisis statistik digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS versi 21.0 for Windows untuk mengetahui pengaruh di antara variabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel Faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan Predictor sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan response. Regresi linear sederhana atau sering disingkat dengan SLR (Simple Linear Regression) juga merupakan salah satu metode statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas. Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Pada tahap ini dilakukan analisa data dan pengujian untuk menjawab permasalahan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Hal ini

bertujuan untuk mengetahui hasil rata-rata jawaban responden terhadap indikator yang dipakai dalam penelitian

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan nilai-nilai dari kuesioner pada masing-masing variabel. Setelah itu dilanjutkan dengan menghitung *mean* untuk variabel bebas dan menganalisis tanggapan dari responden kuesioner yang diolah. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari responden, maka diperoleh gambaran obyek dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, skala pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan interval lima skala.

Kategori penelitian ini dibuat untuk lebih memudahkan penelitian, yaitu dengan membuat daftar distribusi frekuensi dengan panjang kelas yang sama. Penentuan interval yaitu dengan menggunakan rumus :

$$= \frac{\text{nilai tinggi} - \text{nilai rendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Tabel 4.7

TABEL INTERVAL CLASS

Interval	Kategori	Nilai
$1,00 \leq a \leq 1,8$	Sangat tidak setuju	1
$1,8 < a \leq 2,6$	Tidak setuju	2
$2,6 < a \leq 3,4$	Ragu-ragu	3
$3,4 < a \leq 4,2$	Setuju	4
$4,2 < a \leq 5$	Sangat Setuju	5

Sumber : Data diolah.

Untuk menentukan *mean* dari masing-masing responden terhadap item pernyataan, maka harus dilakukan dengan setiap jumlah item dalam tiap variabel. Selanjutnya keseluruhan jawaban responden

diketahui berdasarkan nilai *mean* dari tiap variabel yang diukur dengan menggunakan interval yang dijelaskan dalam Tabel 4.7 tersebut.

Tanggapan responden terhadap Kualitas Layanan

Diketahui dari hasil kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan responden terhadap 17 item pernyataan pada variabel kualitas layanan sebagai berikut :

Tabel 4.8

TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS LAYANAN

Indikator Variabel	Skor					N	Mean	Penilaian
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)			
KL ₁	0	5	7	53	9	74	3,89	Setuju
KL ₂	0	7	9	44	14	74	3,88	Setuju
KL ₃	0	8	12	44	10	74	3,76	Setuju
KL ₄	0	4	15	39	16	74	3,91	Setuju
KL ₅	0	1	7	39	27	74	4,24	Sangat Setuju
KL ₆	0	0	9	38	26	74	4,23	Sangat Setuju
KL ₇	0	3	13	42	16	74	3,96	Setuju
KL ₈	0	1	7	53	13	74	4,05	Setuju
KL ₉	1	2	6	51	14	74	4,01	Setuju
KL ₁₀	0	1	7	51	15	74	4,08	Setuju
KL ₁₁	1	0	8	45	20	74	4,12	Setuju
KL ₁₂	1	2	7	49	15	74	4,01	Setuju
KL ₁₃	0	1	7	49	17	74	4,11	Setuju
KL ₁₄	0	1	7	49	17	74	4,11	Setuju
KL ₁₅	1	1	7	51	14	74	4,03	Setuju
KL ₁₆	1	1	7	54	11	74	3,99	Setuju
KL ₁₇	0	1	5	55	13	74	4,08	Setuju
						74	4,03	Setuju

Sumber : Lampiran 3 data diolah.

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata total skor sebesar 4,03 artinya responden "Setuju" bahwa "Tampilan pamflet JNE jelas", dan nilai terendah sebesar 3,76 menyatakan "Penampilan karyawan JNE menarik". Dengan demikian 74

responden yang telah mengisi

kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner pada variabel kualitas layanan.

Tanggapan responden terhadap Kepuasan Pelanggan

Diketahui dari hasil kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan responden terhadap 4 item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Tabel 4.9
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
KEPUASAN PELANGGAN

Indikator Variabel	Skor					N	Mean	Penilaian
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)			
KP ₁	0	0	10	42	22	74	4,16	Setuju
KP ₂	0	0	6	45	23	74	4,23	Sangat Setuju
KP ₃	0	0	8	46	20	74	4,16	Setuju
KP ₄	0	0	6	42	26	74	4,27	Sangat Setuju
						74	4,21	Setuju

Sumber : Lampiran 3 data diolah.

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata total skor sebesar 4,21 artinya responden “Setuju” bahwa “Pelanggan merasa senang ketika bertransaksi di JNE”, dan nilai terendah yaitu 4,16 menyatakan “Pelanggan merasa puas bertransaksi di JNE”. Dengan demikian 74 responden yang telah mengisi kuesioner menyatakan setuju terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner pada variable kepuasan pelanggan.

Tanggapan responden terhadap Loyalitas Pelanggan

Diketahui dari hasil kuesioner yang telah dilakukan tabulasi sebelumnya, maka dapat dilakukan analisis tanggapan responden terhadap 3 item pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan sebagai

berikut :

Tabel 4.10
TANGGAPAN RESPONDEN
TERHADAP VARIABEL
LOYALITAS PELANGGAN

Indikator Variabel	Skor					N	Mean	Penilaian
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)			
LP ₁	0	2	8	45	19	74	4,09	Setuju
LP ₂	1	2	6	41	24	74	4,15	Setuju
LP ₃	0	1	9	20	44	74	4,45	Sangat setuju
						74	4,23	Setuju

Berdasarkan Tabel 4.10 rata-rata total skor sebesar 4,23 responden menyatakan “Setuju” bahwa responden menyatakan "Saya berharap dalam berbisnis dapat lebih banyak menggunakan layanan JNE” dan nilai terendah yaitu 4,09 menyatakan “Saya merekomendasikan JNE kepada orang lain. Dengan demikian 74 responden yang telah mengisi kuesioner pada variabel loyalitas pelanggan.

Regresi Linear sederhana

Regresi linear sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Berikut merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 16.0 for windows* yang di sajikan dalam Tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.11
KOEFISIEN REGRESI LINIER
SEDERHANA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,137	1,622		4,401	,000					
TOTAL KUALITAS LAYANAN	,141	,024	,578	6,017	,000	,578	,578	,578	1,000	1,00

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN PELANGGAN
Sumber : Lampiran 7 Data diolah.

Dengan rumus : $Y_1 = \alpha + \beta X + e$

Keterangan:

Y_1 = variabel dependen (nilai yang diprediksikan) / Kepuasan pelanggan

Y_2 = variabel dependen (nilai yang diprediksikan) / Loyalitas pelanggan
 X = kualitas layanan
 α = konstanta
 β = koefisien regresi
 e = standard error

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana berdasarkan data di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = 7,137 + 0,141X + e_i$$

$$\alpha = 7,137$$

Artinya adalah jika secara keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel dependen dalam hal ini kualitas layanan dan kepuasan akan menurun 7,137 satuan dengan asumsi seluruh variabel independen yaitu kualitas layanan adalah nol.

$$\beta = 0,141$$

Artinya jika variabel kualitas layanan mengalami penurunan sebesar 0,141 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel kualitas sebesar satu satuan skor. Sebaliknya jika variabel kepuasan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel kepuasan sebesar 0,141 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

Tabel 4.12

KOEFISIEN REGRESI LINIER SEDERHANA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.174	1.501			1.449	.152					
TOTAL KUALITAS LAYANAN	.154	.022	.639		7.058	.000	.639	.639	.639	1.000	1.000

Dengan rumus : $Y_2 = \alpha + \beta X + e$

Keterangan:

Y_1 = variabel dependen (nilai yang diprediksikan) / Kepuasan pelanggan

Y_2 = variabel dependen (nilai yang diprediksikan) / Loyalitas pelanggan

X = kualitas layanan
 α = konstanta
 β = koefisien regresi
 e = standard error

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana berdasarkan data di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = 2,174 + 0,154X + 1,501$$

$$\alpha = 2,174$$

Artinya adalah jika secara keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel dependen dalam hal ini kepuasan pelanggan dan loyalitas akan menurun 2,174 satuan dengan asumsi seluruh variabel independen yaitu kualitas layanan adalah nol.

$$\beta = 0,154$$

Artinya jika variabel kualitas layanan mengalami penurunan sebesar 0,154 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel kepuasan sebesar satu satuan skor dengan asumsi variabel dependen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel loyalitas sebesar 0,154 dengan asumsi variabel dependen lainnya konstan.

Tabel 4.13

KOEFISIEN REGRESI LINIER SEDERHANA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.628	1.639			2.213	.030
KP	.539	.097	.549		5.567	.000

a. Dependent Variable: LP

Sumber : Lampiran 7 Data diolah.

Dengan rumus : $Y = \alpha + Y_1 + e$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana berdasarkan data di atas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = 3,628 + 0,539 + e_i$$

Dimana:

Y_1 = Kepuasan Pelanggan

Y_2 = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X = Kualitas Layanan

e = Standard error

Konstanta = 3,628

Artinya adalah jika secara keseluruhan variabel independen dalam penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel dependen dalam hal ini kepuasan pelanggan akan berada pada tingkat 3,628 satuan dengan asumsi seluruh variabel independen yaitu loyalitas pelanggan adalah nol.

$$Y_1 = 0,539$$

Artinya jika variabel kepuasan mengalami penurunan sebesar 0,539 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel loyalitas sebesar satu satuan skor dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kepuasan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel loyalitas sebesar 0,539 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

PEMBAHASAN

Berikut ini adalah uraian pembahasan dari masing-masing variabel tersebut yang telah diuji melalui analisis statistik dan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan pengujian hipotesis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan JNE menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan JNE, hal ini diukur berdasarkan 5 dimensi konstruk yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang masing-masingnya terdiri dari beberapa indikator. Dimensi bentuk fisik dibentuk oleh lokasi JNE, penampilan staf yang menarik, fasilitas kantor, kebersihan kantor dan eksterior kantor. Dimensi kehandalan dibentuk oleh empat indikator yaitu pelayanan sesuai janji, ketepatan waktu, verifikasi permintaan, kesiapan melayani. Dimensi daya tanggap dibentuk empat indikator yaitu kesediaan staf membantu, pemberitahuan waktu pelayanan, kecepatan pelayanan dan kesiapan melayani. Dimensi jaminan dibentuk oleh empat indikator yaitu keyakinan terhadap kemampuan staf, kesopanan staf, rasa aman berinteraksi, dan menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. Dimensi empati dibentuk oleh lima indikator yaitu menyapa pelanggan, permintaan kesalahan atas kesalahan service, memahami kebutuhan pelanggan, perhatian secara personal, dan waktu operasional.

Hasil analisis data secara statistik menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Hal ini didukung dengan penelitian dari (Selvy Normasari 2013;4). Kemudian pada indikator KL_3 dinyatakan bahwa penampilan staf yang menarik namun seharusnya

JNE memperhatikan hal lain yaitu pelanggan agar dapat mendapatkan layanan yang baik saat bertransaksi.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE. Hal ini disebabkan karena secara umum pelanggan JNE akan menuntut kualitas, sebab JNE adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa sehingga semua pelanggan dan calon pembeli akan menuntut kualitas layanan.

Kualitas layanan dapat diupayakan JNE lewat pelayanan yang baik, memenuhi harapan pelanggan, menyediakan fasilitas-fasilitas yang memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa JNE dan segala hal yang menjadikan pelanggan prioritas dapat memberikan rasa puas dan perasaan senang ketika bertransaksi dengan perusahaan jasa JNE, ketika pelanggan dan calon pelanggan merasakan puas dengan segala layanan maka loyalitas juga akan tercipta dalam diri mereka untuk terus menggunakan jasa JNE. Hal ini di dukung dengan penelitian dari (Selvy Normasari 2013;4). Kemudian pada indikator KL_3 di nyatakan bahwa JNE memiliki penampilan yang menarik namun seharusnya JNE memperhatikan hal lain yaitu agar dapat membuat pelanggan lebih banyak berbisnis menggunakan jasa JNE.

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa

hubungan kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi kepuasan pelanggan semakin tinggi tingkat loyalitas pengguna jasa JNE. Sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan, akan semakin rendah tingkat loyalitas yang dimiliki oleh JNE. Dengan demikian JNE harus senantiasa meningkatkan kepuasan pelanggan, agar pelanggan merasa puas sehingga menimbulkan sikap loyal terhadap JNE serta menggunakan selalu jasa-jasa yang diberikan oleh JNE. Hal ini di dukung dengan penelitian dari (Selvy Normasari 2013;5) Kemudian pada indikator KP_1 di nyatakan bahwa secara umum puas ketika bertransaksi namun seharusnya JNE memperhatikan hal lain yaitu agar dapat membuat pelanggan lebih banyak berbisnis menggunakan jasa JNE.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan judul penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, rumusan hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Surabaya. Jika variabel kepuasan mengalami penurunan sebesar 0,141 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel kepuasan sebesar satuan skor, sebaliknya jika variabel kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi

peningkatan pada variabel kepuasan sebesar 0,141 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh JNE maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan sebaliknya semakin buruk kualitas layanan yang diberikan maka semakin rendah pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan JNE di Surabaya.

2. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE Surabaya. Jika variabel kualitas mengalami penurunan sebesar 0,154 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel loyalitas sebesar satu satuan skor dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kualitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel loyalitas sebesar 0,154 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan JNE kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap JNE
3. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Surabaya. Jika variabel kepuasan mengalami penurunan sebesar 0,539 satu satuan skor maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel loyalitas sebesar satu satuan skor dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel

kepuasan mengalami peningkatan sebesar satu satuan skor maka akan terjadi peningkatan pada variabel loyalitas sebesar 0,539 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan JNE di Surabaya, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap JNE di Surabaya.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat kendala yang bersifat situasional, dimana responden kurang respect terhadap pengisian kuisisioner dikarenakan tempat pengambilan kuisisioner lebih sering ditempat terbuka dan ramai.
2. Keterbatasan teknik pengumpulan data yang melalui kuisisioner menimbulkan bias jawaban responden, lebih baik jika pengumpulan data diperkuat dengan wawancara.
3. Masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambah jumlah variabel penelitian yang dipergunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas seperti: kepercayaan, citra, strategi, *customer value*, serta keunggulan produk.
4. Waktu pengumpulan data yang singkat, sehingga peneliti hanya bisa mencapai responden yang lokasinya terbatas. Akan tetapi

untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah lokasi yang akan dijadikan sampel untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan dalam penelitian ini, adapun saran untuk perbaikan yang dapat disampaikan kepada JNE sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dinyatakan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil deskripsi variabel penelitian, terlihat bahwa responden merasa kurang puas terhadap kualitas layanan. Ketidakpuasan responden terlihat dari dimensi bukti langsung yaitu penampilan yang kurang menarik, oleh karena itu JNE harus meningkatkan kualitas layanannya dengan memberikan arahan atau masukan kepada staf agar lebih memperhatikan penampilan
2. Kualitas layanan dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan maka dari itu, JNE harus berusaha untuk dapat menciptakan pelanggan yang tidak hanya sekedar loyal, salah satunya cara yang dapat ditempuh adalah dengan meningkatkan kecepatan dalam layanan, sehingga pelanggan akan dapat lebih loyal jika JNE dapat menangani pelanggannya dengan baik dan cepat.
3. Kepuasan pelanggan dinyatakan

berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan maka perlu untuk lebih menekankan kepuasan, meningkatkan setiap keluhan pada pelanggan, sehingga pelanggan akan dapat lebih loyal jika JNE dapat menangani keluhan pelanggannya dengan baik.

4. Pada faktor kualitas layanan yaitu memperbaiki penampilan karyawan, agar terlihat menarik, serta meningkatkan peralatan yang canggih.

Pada faktor kepuasan pelanggan JNE harus meningkatkan layanan yang baik terhadap pelanggan, menyapa pelanggan, dan tanggap atas keluhan pelanggan, sehingga pelanggan dapat merasa puas saat menggunakan jasa pengiriman di JNE.

Pada faktor loyalitas pelanggan JNE perlu meningkatkan kualitas layanan agar tercipta rasa puas dalam diri pelanggan, sehingga pelanggan mu merekomendasikan JNE kepada orang lain, serta menjadikan JNE pilihan pertama untuk bertransaksi pengiriman barang.

DAFTAR RUJUKAN

- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. 2012 *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi kelima) Semarang. Universitas Diponegoro.
- Kasmir, 2008. *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi 2008, PT Raja Grafindo

- Persada Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta; Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Jakarta; Erlangga.
- Naresh K. Maholtra. 2009. *Basic Marketing Research*. 3th Edition. New Jersey; Prentice Hall.
- Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andrani Kusumawati “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.6 No.2 Desember 2013*
- Tatik Suryani, 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Tony Wijaya. 2011. Manajemen Kualitas Jasa (*Desain Servqual, QFD, dan Kano* Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian). Indeks; Jakarta.