

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PT J&T CABANG SUMENEP**

Artikel Penelitian
Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen



Oleh:
ASMAUL HUSNA
N.P.M : 714.2.1.1419

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA**

2018

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asmaul Husna
NPM : 714.2.1.1419
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan pelanggan sebagai Variabel intervening Pada PT J&T Cabang Sumenep.

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep

Pada tanggal : 08 Agustus 2018

Yang menyatakan



(Asmaul Husna)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
J&T CABANG SUMENEP**

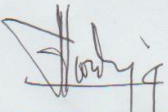
Artikel Skripsi
Program Studi : Manajemen

Diajukan Oleh :
ASMAUL HUSNA
NPM : 714.2.1.1419

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2018**

Telah Disetujui

Dosen Pembimbing I
Pada Tanggal 08 Agustus 2018


ENDANG WIDYASTUTI, SE., M.Si

Dosen Pembimbing II
Pada Tanggal 08 Agustus 2018


UNSUL ABRAR, SE, MM

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA J&T CABANG SUMENEP

Asmaul Husna¹
Endang Widyastuti²
Unsul Abrar³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wiraraja

hasmaul594@yahoo.com
endangwidyastuti_fe@yahoo.co.id
unsulabrar@gmail.com

Abstrak

Perusahaan pada umumnya berupaya meningkatkan kinerjanya untuk bersaing di dalam persaingan usaha yang cukup ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa pengiriman seperti PT. J&T Cabang Sumenep. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan secara parsial. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Loyalitas (Y) dan Kepuasan Pelanggan (Z). Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu Non Probability Sampling dengan jenis accidental sampling dengan 80 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur meliputi : Uji Validitas dan reliabilitas, Uji asumsi klasik, Analisis Jalur, Pengujian Hipotesis (Uji t), serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Harga, Loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Abstract

Companies generally strive to improve its performance to compete in a fairly tight business competition. This is also felt by businessmen in the field of delivery services such as PT. J&T Sumenep Branch. This study aims to determine whether the quality of service and price affects customer loyalty and customer satisfaction partially. The variables in this study are Quality of Service (X_1), Price (X_2), Loyalty (Y) and Customer Satisfaction (Z). By using sampling technique that is Non Probability Sampling with accidental sampling type with 80 respondents. The analysis method used is path analysis including: Test Validity and reliability, Test of classical assumption, Path Analysis, Hypothesis Testing (Test t), and coefficient of determination (R^2). The result of research shows that partially the quality of service have positive and significant effect to customer loyalty, Price have positive and significant influence to customer loyalty, Customer satisfaction have positive and significant effect to customer loyalty, Service quality have positive and significant influence to customer loyalty and satisfaction as intervening variable, Price has positive and significant effect to customer loyalty and customer satisfaction as intervening variable.

Keywords: *Quality of service, Price, Customer loyalty and customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perusahaan pada umumnya berupaya meningkatkan kinerjanya untuk bersaing di dalam persaingan usaha yang cukup ketat. Kebutuhan pengiriman barang telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap individu. Semua individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang sampai dengan waktu dan tempat yang tepat. Namun terkadang terjadi pengiriman barang yang lambat sehingga banyak komplain dari pelanggan tersebut. Dalam perusahaan kualitas pelayanan sangat penting. Selain itu juga di yakini bahwa harga dan kualitas jasa yang diberikan merupakan faktor penting agar konsumen dapat dilayani dengan baik dan mendapat layanan yang sesuai dengan keinginan konsumen tersebut, sehingga tercapai kepuasan konsumen. Salah satu dampak positif dari adanya kepuasan konsumen yaitu adanya loyalitas dari konsumen terhadap jasa yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, agar konsumen loyal terhadap perusahaan, maka yang pertama perusahaan atau penyedia jasa harus memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Sumenep merupakan kota yang mulai bermunculan perusahaan jasa pengiriman, seiring dengan meningkatnya penjual online di Indonesia. Setiap bulannya laju

perkembangan jumlah pengiriman di Sumenep meningkat yang tentunya menjadi peluang bagi perusahaan yang bergerak dalam pengiriman barang. Bahkan sejak awal 2017 perkembangan pengiriman barang hingga mencapai kurang lebih 1000 pengirim perbulannya. Besar kemungkinan perkembangan orang yang mengirim barang di Sumenep akan terus meningkat. Hingga sekarang peningkatan pengiriman barang dalam tiap bulannya sekitar kurang lebih 2000 pengirim barang. Jelas ini peningkatan yang tinggi. Berdasarkan perkembangan pengiriman barang di sumenep yang cukup drastis, dapat di katakan bahwa jenis pengiriman barang di Sumenep akan menjadi peluang yang baik bagi perusahaan jasa. Di satu sisi, pelanggan memiliki banyak pilihan dalam menentukan alternatif pilihan untuk melakukan pengiriman barang. Namun hal tersebut akan memberikan ancaman bagi pengelola bisnis jasa itu sendiri karena harus menghadapi banyaknya persaingan yang ketat dalam merebut jumlah pelanggan. Semakin banyaknya pesaing bagi perusahaan jasa tersebut otomatis akan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Semakin meningkatnya penjual online akan menjadi manfaat bagi para pengusaha jasa pengiriman barang. Industri ini akan menjadi peluang besar, dalam sekarang pengusaha memiliki andil yang besar untuk memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Melihat keadaan tersebut dengan banyaknya orang menjual online di Indonesia dan mengalami peningkatan jumlah pengiriman barang setiap tahunnya. Melihat semakin ketatnya persaingan usaha dalam bidang jasa pengiriman tersebut, peneliti tertarik untuk dapat meneliti salah satu pengiriman barang yang di Sumenep. Pengiriman barang yang di pilih dalam penelitian ini adalah PT.J&T di jalan Halim Perdana Kusuma Kapanjin Sumenep. J&T adalah perusahaan layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T adalah perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan kelebihan berupa menjemput barang. Untuk urusan biaya kirim sepertinya tidak jauh berbeda dengan para pesaingnya. Namun karena masih baru sehingga cakupannya belum seluas JNE atau Pos Indonesia yang tersedia bahkan dipelosok-pelosok. Layanan yang diberikan terdiri dari berbagai macam, dan itu merupakan kelebihan bagi setiap PT J&T.

Berdasarkan uraian di atas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dalam Laksana, Fajar (2008:88) Kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Adapun indikator-indikator yang terdapat dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2012:75) dalam Laksana, Fajar (2008) : 1) *Reliabilitas*, 2) *Responsivitas*, 3) *Assurance* (jaminan), 4) *Empati*, 5) *Tangibles* (bukti fisik).

Harga

Menurut Lutfiyanto (2016:233) harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar untuk produk perusahaan (pengorbanan yang diberikan konsumen untuk mendapatkan kualitas yang dipersiapkan).

Adapun indikator-indikator yang terdapat dalam harga menurut Muzakki dalam Rahim, Hairul (2016) yaitu meliputi : 1) harga terjangkau, 2) Harga bersaing, 3) Kesesuaian Harga dengan Kualitas jasa.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan yaitu menyangkut komponen harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan Menurut Kotler dalam Laksana, Fajar (2008).

Adapun indikator-indikator yang terdapat dalam kepuasan konsumen menurut Kotler dalam Rahim, Hairul (2016): 1) Fasilitas menunjang kepuasan, 2) Pelayanan yang memuaskan, 3) Minat berkunjung kembali.

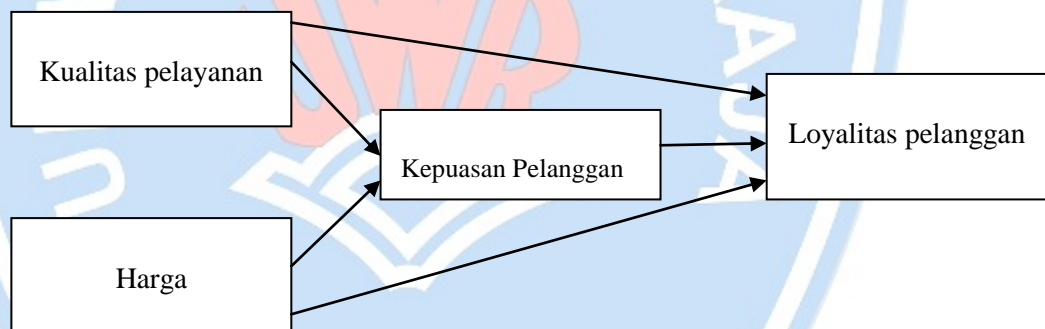
Loyalitas Konsumen

Menurut kotler dan keller (2008:138) Loyalitas pelanggan adalah komitmen 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.

Adapun indikator-indikator yang terdapat dalam kepuasan konsumen menurut Griffin dalam Rahim, Hairul (2016) : 1) Melakukan pembelian ulang, 2) Membeli antar lini produk/jasa, 3) Mereferensikan kepada orang lain, 4) Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.

Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 1



Perumusan Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian serta kerangka pikir di atas, maka penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.
- H2 : Harga berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.
- H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

- H4 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
- H5 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dimana metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi pada penelitian ini adalah jumlah keseluruhan yang terdiri dari objek/subjek yang telah ditetapkan oleh penulis.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah semua pelanggan yang melakukan pengiriman di J&T Sumenep yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti pada tahun 2018.

Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 80 Orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah :

a. Observasi

Peneliti melakukan penelitian langsung terhadap perusahaan yang menjadi objek penelitian

b. Wawancara (*Interview*)

Peneliti disini melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan (X ₁)	X1.1	0,673	0,217	Valid
	X1.2	0,621	0,217	Valid
	X1.3	0,661	0,217	Valid
	X1.4	0,801	0,217	Valid
	X1.5	0,728	0,217	Valid
Harga (X ₂)	X2.1	0,742	0,217	Valid
	X2.2	0,731	0,217	Valid
	X2.3	0,778	0,217	Valid
Kepuasan Konsumen (X ₃)	Z1.1	0,666	0,217	Valid
	Z2.2	0,761	0,217	Valid
	Z3.3	0,772	0,217	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)	Y1.1	0,781	0,217	Valid
	Y1.2	0,756	0,217	Valid
	Y1.3	0,494	0,217	Valid
	Y1.4	0,684	0,217	Valid

Sumber : Data primer yang diolah peneliti tahun 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} . Untuk sampel sebanyak 80 responden, dengan r_{tabel} yaitu 0,217 (pada taraf tingkat signifikan 5% menggunakan uji dua arah). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan (indikator) adalah valid.

a. Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,734	0,60	Reliabel
Harga (X ₂)	0,612	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Z)	0,567	0,60	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,613	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah peneliti tahun 2017

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien *Cronbach's Alpha* yang cukup besar, yaitu $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pengukur variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,704 ^a	,495	,475	1,430	,495	24,823	3	76	,000	1,726

a. Predictors: (Constant), Total Z, Total X1, Total X2

b. Dependent Variable: Total Y

Dari hasil tabel 3 diatas maka dapat dilihat nilai DW (Durbin-Watson) dalam penelitian ini adalah 1,726. oleh karena itu nilai 1,726 lebih besar batas atas (du) 1.688 dan kurang dari $4 - 1.688 = 2,312$ ($4 - du$), dari hasil tersebut Durbin-Watson (1,726) berada di titik tengah antara $dl = 1,586$ dan $du = 1,688$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak bisa menolak H₀ yang artinya tidak ada autokorelasi positif atau negatif dan dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	4,589	1,497		3,066	,003					
Total X1	,195	,088	,265	2,230	,029	,611	,248	,182	,469	2,131
Total X2	,298	,147	,250	2,035	,045	,617	,227	,166	,442	2,265
Total Z	,359	,128	,298	2,813	,006	,600	,307	,229	,593	1,685

a. Dependent Variable: Total Y
Sumber: Hasil Output SPSS, 2018

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel > 0,10. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ketiga variabel <10. Berdasarkan kriteria dalam pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

			Total X1	Total X2	Total Z	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Total X1	Correlation Coefficient	1,000	,589**	,279*	-,031
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,012	,784
		N	80	80	80	80
	Total X2	Correlation Coefficient	,589**	1,000	,281*	-,094
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,012	,407
		N	80	80	80	80
	Total Z	Correlation Coefficient	,279*	,281*	1,000	-,051
		Sig. (2-tailed)	,012	,012	.	,652
		N	80	80	80	80
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,031	-,094	-,051	1,000
		Sig. (2-tailed)	,784	,407	,652	.
		N	80	80	80	80

Pada tabel 5 spearman's rho semuanya nilai signifikan diatas 0,05 bererti dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini.

d. Uji Normalitas

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,40225552
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,072
	Negative	-,078
Kolmogorov-Smirnov Z		,694
Asymp. Sig. (2-tailed)		,722

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Output SPSS 2018

Berdasarkan tabel 6 diatas hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmograf-Smimof dinyatakan bahwa nilai signifikan sebesar 0,722 > 0,05 sehingga dapat diambil keputusan bahwa data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

e. Uji Linieritas

Tabel 7
Hasil Uji Linieritas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	,704 ^a	,495	,475	1,430	,495	24,823	3	76	,000	1,726

a. Predictors: (Constant), Total Z, Total X1, Total X2

b. Dependent Variable: Total Y

Sumber: Hasil Output Spss 2018

Dari hasil tabel 7 diatas maka dapat dilihat nilai DW (Durbin-Watson) dalam penelitian ini adalah 1,726. oleh karena itu nilai 1,726 lebih besar batas atas (du) 1.688 dan kurang dari $4-1.688 = 2,312$ (4-du), dari hasil tersebut Durbin-Watson (1,726) berada di titik tegan antara $dl = 1,586$ dan $du = 1,688$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak bisa menolak H0 yang artinya tidak ada autokorelasi positif atau negatif dan dapat disimpulkan tidak terdapat linieritas.

Analisis Jalur

a. Persamaan 1 : Pengaruh Kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Z).

Tabel 8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.178	1.249		3.345	.001
X1	.175	.076	.287	2.314	.023
X2	.398	.123	.402	3.245	.002

a. Dependent Variable: Z

Analisis regresi model 1 :

Analisis regresi model digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas terhadap variabel intervening. Pada persamaan strukturalnya adalah:

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1 \dots$$

Berdasarkan hasil pada model pertama:

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,023 < 0,05$.

Variabel harga berpengaruh signifikan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$.

Hasil persamaan dari regresi linier berganda tersebut memberikan pengertian sebagai berikut :

- a. Koefisien X1 sebesar 0,175
- b. Koefisien harga X2 sebesar 0,398

Dari persamaan diatas dapat dilihat bahwa diantara kedua variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan yaitu harga dengan koefisien sebesar 0,398.

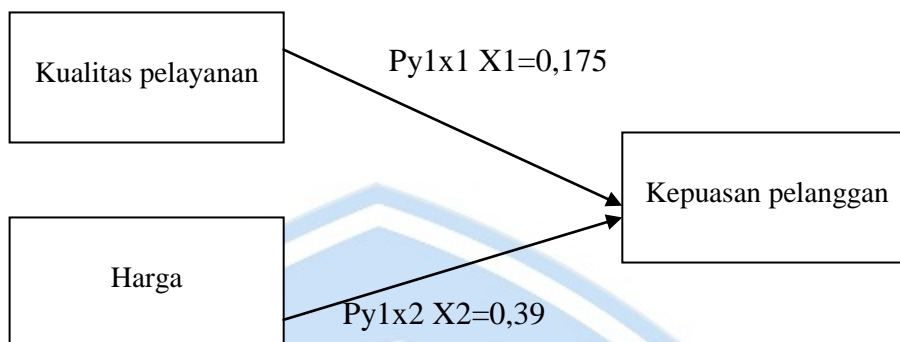
Model regresi yang digunakan adalah variabel kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel dependen (terikat) dan variabel bebas.

Model regresi pada struktural 1 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Z = 0,175 X_1 + 0,398 X_2 + e_1$$

Gambar 2

Gambar jalur berdasarkan persamaan struktural 1



b. Persamaan 2: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Loyalitas (Y) dengan Melalui Kepuasan (Z) sebagai Variabel Intrevening.

Tabel 9

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constan)	4.589	1.497		3.066	.003
1 X1	.195	.088	.265	2.230	.029
X2	.298	.147	.250	2.035	.045
Z	.359	.128	.298	2.813	.006

Sumber : Hasil Output SPSS 2018

Berdasarkan hasil pada model kedua menunjukkan bahwa :

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) , hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,029 < 0,05$.

Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal iniditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,045 < 0,05$.

Variabel kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$.

Hasil dari persamaan regresi linier memberikan pengertian sebagai berikut:

- a. Koefisien X_1 sebesar 0,195
- b. Koefisien X_2 sebesar 0,298
- c. Koefisien Z sebesar 0,359

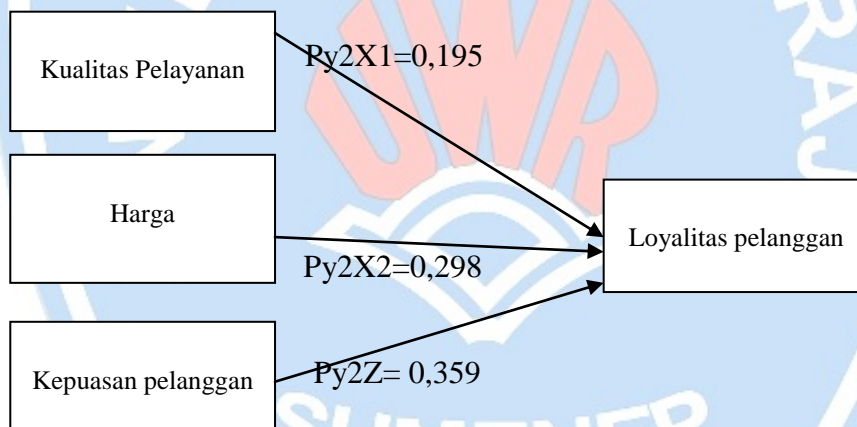
Dari hasil pengujian diatas dapat dilihat diantara ketiga variabel yang mempunyai pengaruh paling tinggi yaitu kepuasan pelanggan dengan koefisien 0,359

Persamaan Struktur 2 :

$$Y = 0,195 X_1 + 0,298 X_2 + 0,359 Z + e_2$$

Gambar 3

Gambar jalur berdasarkan persamaan struktural 2



1. perhitungan pengaruh

Pada model jalur, penelitian ini akan menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung :

- a. Pengaruh langsung
 1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
 $X_1 \rightarrow Z = 0,175$

2. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan
 $X2 \rightarrow Z = 0,398$
 3. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
 $X1 \rightarrow Y = 0,195$
 4. Pengaruh variabel harga terhadap loyalitas pelanggan
 $X2 \rightarrow Y = 0,298$
 5. Pengaruh Variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
 $Z \rightarrow Y = 0,359$
- b. Pengaruh tidak langsung
1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
 $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,175 \times 0,359) = 0,0628 = 6,28\%$
 2. Pengaruh variabel harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
 $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,398 \times 0,359) = 0,1428 = 14,28\%$

Uji Hipotesis

a. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Tabel 10
Hasil Uji parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.178	1.249		3.345	.001
1 X1	.175	.076	.287	2.314	.023
X2	.398	.123	.402	3.245	.002

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Hasil Output SPSS 2018

Dari tabel 10 di atas maka dapat dijelaskan untuk masing-masing variabel independennya sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 2,314 dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05(5%) dengan $n= 80$, dan nilai t_{tabel} sebesar 1,664 yang berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,314 > 1,664$. Nilai signifikansi $< 0,05$. Menandakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- 2) Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel harga (X_2) sebesar 3.245 dan dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05(5%), dengan $n= 80$ dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 yang berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3.245 > 1,664$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Menandakan bahwa variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.638 ^a	.407	.391	1.277	2.068

a. Predictors: (Constant), X2, Xx1

b. Dependent Variable: Z

Sumber: Hasil Output SPSS,2018

Berdasarkan tabel 11 Menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,391 yang berarti 39,1% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga dan sedangkan sisanya ($100\% - 39,1\% = 60,9\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk ke dalam persamaan regresi tersebut.

Pembahasan

a. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan. Penjelasan tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Sehingga hipotesis H_1 diterima. Pengujian tersebut menunjukkan, jika kualitas pelayanan pelanggan ditingkatkan oleh petugas maupun perusahaan J&T, Maka loyalitas dari konsumen/pelanggan J&T akan ikut meningkat. Berdasarkan hasil dilapangan J&T memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas .

b. Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan.

Hal tersebut menunjukkan, harga merupakan salah satu penentu loyalitas karena harga yang sesuai akan menciptakan loyalitas konsumen. Jadi, semakin baik harga yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggannya. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif sehingga tingkat loyalitas juga menurun.

c. Kepuasan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan salah satu penentu loyalitas

pelanggan karena kepuasan akan menciptakan loyalitas pelanggan. Jadi semakin tinggi kepuasan yang diterapkan maka hal tersebut akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

d. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan signifikan sebagai mediasi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari nilai pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan nilainya lebih besar dari pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari hasil tersebut variabel kepuasan dapat dijadikan sebagai variabel intervening. Temuan penelitian tersebut mengartikan jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka hal tersebut akan mendorong peningkatan yang terjadi pada kepuasan pelanggan, serta berdampak pada loyalitas pelanggan. Sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan sebagai variabel intervening dapat diterima.

e. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan signifikan sebagai mediasi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari nilai pengaruh tidak langsung variabel harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan nilainya lebih besar dari pengaruh langsung variabel harga terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari hasil tersebut variabel kepuasan dapat dijadikan sebagai variabel intervening. Temuan penelitian tersebut mengartikan jika semakin baik harga yang diberikan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya, maka hal tersebut akan mendorong peningkatan yang terjadi pada kepuasan pelanggan, serta berdampak pada loyalitas pelanggan. Sehingga

hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui kepuasan sebagai variabel intervening dapat diterima.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan sebagai variabel intervening.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Saran

Saran yang dapat di ajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

PT J&T hendaknya memperhatikan persepsi harga dimata pelanggannya. Karna dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan serta memiliki daya saing dengan penyedia jasa lain sejenis maka akan membentuk loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan perlu terus di tingkatkan dengan cara memperhatikan keinginan pelanggan dan memenuhi harapan – harapan pelanggan. Jika keinginan dan harapan pelanggan sudah terpenuhi maka akan tercipta kepuasan, kepuasan pelanggan inilah yang nantinya akan membentuk loyalitas pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk pengembangan penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti selanjutnya untuk menambah variabel bebas lain yang belum diteliti pada penelitian ini, misalnya variabel *brand image* dan kepercayaan. Hal ini dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya adalah dengan melakukan penelitian dengan objek lain selain perusahaan jasa pengiriman barang. Contoh tempat usaha lain yang dapat dijadikan objek penelitian adalah bengkel dan jasa asuransi. Penelitian yang dilakukan ditempat yang berbeda karena setiap unit usaha memiliki permasalahan dan lingkungan kerja yang berbeda sehingga dapat menghasilkan analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Deny. (2013). “ Analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan restoran Por Kee Surabaya”. Surabaya : Universitas kristen Petra, Vol.1 No. 2, 1-8
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Kurmasih, indah Dwi. (2012). “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan (Studi kasus bengkel Ahass 0002 siliwangi semarang”. Semarang: universitas Diponegoro, Vol.1 No.1, 37-45
- Kusumanegara, erlangga tahta. (2012). “Analisis pengaruh harga, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian dibaskin robbins ice cream mal ciputra semarang”. Semarang: Universitas diponegoro, 1-77.
- Laksana, Fajar. (2008). Manajemen pemasaran. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Lutfiyanto. (2016). Konsep Prilaku Manajerial. Jambi: CV. Bumi Cakrawala.

Munawarkhan, Mubbsher. (2014). “ Impact of Service Quality on customer statisfaction and customer loyalty evidence from banking sektor”. Pakistan : University of the punjabe lahore pakistan, Vol. 8 (2), 331-354.

Putra, Hilman Ardianta. (2017). “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen PT. Lontar media digital printing semarang”. Semarang: Universitas diponegoro, 1-8.

Rahim, Khairul. (2016). “Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga kelas VIP Terhadap kepuasan pelanggan pada penumpang jasa angkutan laut pada KM. Express Bahari”. Sumenep : Universitas Wiraraja, 1-74

Sebrica, Della. (2012). “ Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan kampoeng Djowo sekatul kabupaten Kendal”. Kendal: Universitas diponegoro, 1-19.

Sugiyono. (2015). Metode penelitian pendidikan. Bandung : Alfabeta.

Sumertana, Wayan. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada waterpark seririt singaraja. Singaraja: Universitas pendidikan Ganesha, Vol.7 No. 2, 1-10.

