

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI SIDOARJO

Oleh:

Muhammad Fajar Hidayaturrochman

Dosen Pembimbing Misti Hariasih

Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Januari 2024

# Latar Belakang

Di era globalisasi ini yang meningkat ini adalah suatu keuntungan bagi perusahaan yang berjalan di bidang jasa pengiriman darat maupun laut di mana sampai saat ini jumlahnya sangat cukup banyak dari perusahaan yang berskala kecil maupun perusahaan yang berskala besar dan memiliki kantor kantor di cabang Negara maupun di manca Negara.

Untuk menyakinkan pelanggan dalam menentukan jasa pengiriman atau fasilitas pelayanan penyaluran barang darat maupun laut tidak mudah karena karena faktor kepuasan pelanggan itu yang menjadi kunci dari perusahaann. Di mana kepuasan pelanggan ini di dapat dari faktor faktor tertentu yang membuat pelanggan merasakan kepuasan terhadap jasa di perusahaan kami, suatu faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memilih jasa pelayanan JNT expess yaitu contohnya dari suatu Kualitas Pelayanan, Harga dan lokasi yang sedang berjalan di sistem perusahaann JNT expess.

# Latar Belakang

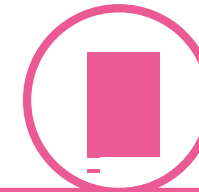
Faktor faktor yang mempengaruhi konsumen



Faktor pertama yaitu kualitas pelayanan, J&T Express adalah perusahaan jasa pengiriman yang tergolong baru dalam perluasan jaringan di Indonesia. Respon terbaik dari pihak J&T Express menyediakan layanan call center 24 jam dengan tiga bahasa yang ingin mendapatkan informasi mengenai pengiriman, harga dan informasi lainnya.



Faktor ke dua yaitu harga. Menurut pelanggan yang sudah melakukan beberapa kali pengiriman barang lewat J&T Express bahwa jasa pengiriman ini termasuk jasa pengiriman yang ongkos pengirimannya murah dan estimasi waktu pengirimannya juga sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.



Faktor terakhir yaitu lokasi, lokasi dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pengiriman barang dan tidak mempersulit pelanggan. Pelanggan cukup datang ke kantor cabang terdekat di daerah masing-masing pelanggan. Bagi pelanggan yang tidak ingin datang ke kantor, layanan jemput gratis dilakukan oleh Sprinter.

# Rumusan Masalah

1

Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

2

Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

3

Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

4

Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

5

Apakah kualitas pelayanan Berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

6

Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

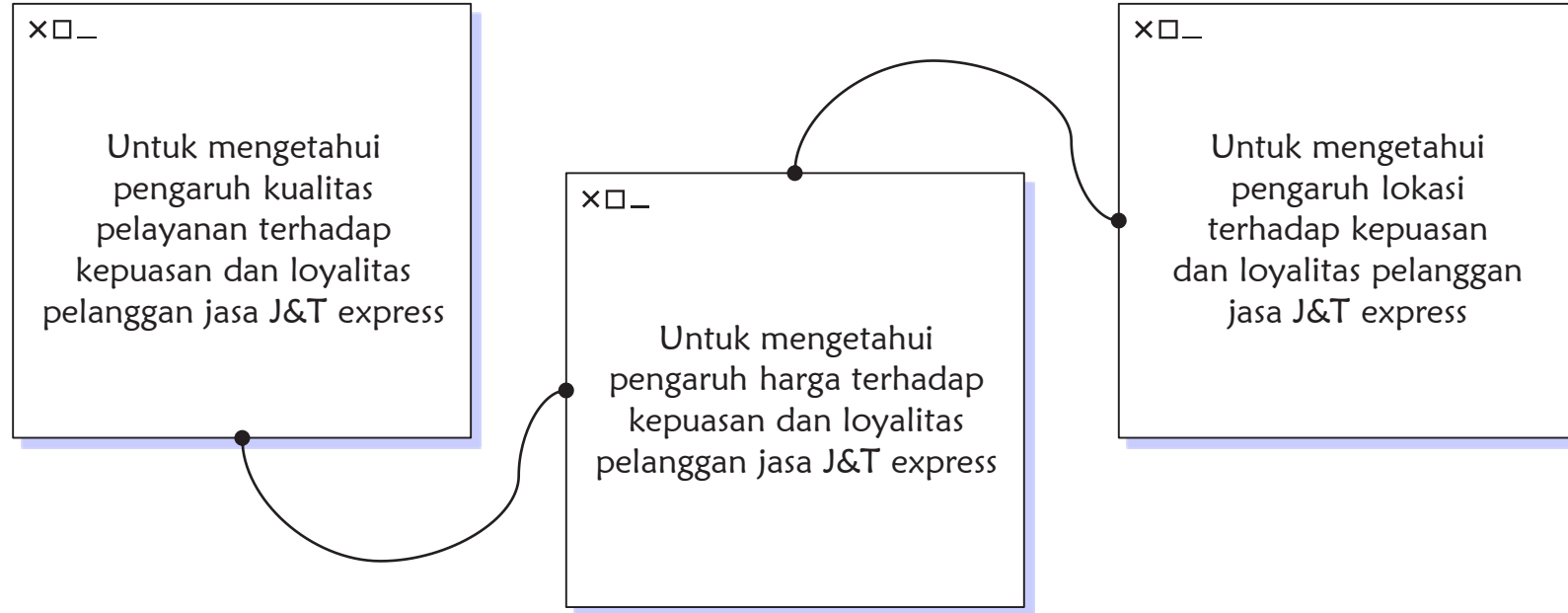
7

Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T express?

# RESEARCH GAP

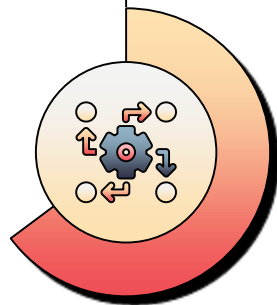
No	Varibel	Isu	Peneliti	Kesenjangan hasil
1	Kualitas pelayanan	Perbedaan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Kasinem, (2020).	kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggagn
			Mahira,Hadi dan Nastiti (2021)	kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Harga	Perbedaan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan	Kurniawati, Irawan dan Prasodjo (2019)	Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
			Anggraini dan Budiarti (2020).	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3	Lokasi	Perbedaan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan	Sumowo dan Saidah (2023).	Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
			Ramadhan dan Mahargiono (2020).	Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepusan pembelian
4	Kualitas pelayanan	Perbedaan Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	Anggraini dan Budiarti (2020)	Kualitas pelayanan Berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
			Sektiyaningsih, Haryana dan Rosalina (2019)	Kualitas pelayanan Berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5	Harga	Perbedaan Harga terhadap loyalitas pelanggan	Cardia, Santika dan Respati (2019)	Harga Berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
			Setyo, Hatta dan Subhan, (2021).	Harga Berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
6	lokasi	Perbedaan lokasi terhadap loyalitas pelanggan	Muhtarom, Syairozi , Yonita dan (2022)	lokasi Berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan
			Nofindri, Sutarjo dan Hadya (2021).	lokasi Berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan

# Tujuan Penelitian

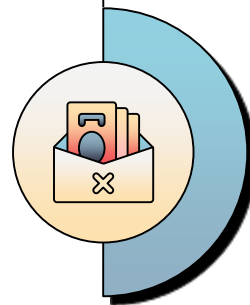


# Manfaat Penelitian

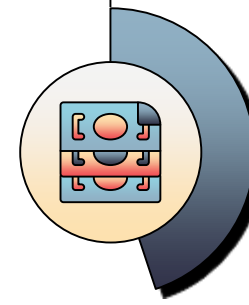
Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah di dapat.



Agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan tetap menggunakan jasa pengiriman J&T Express.



Agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau hasanah ilmu pengetahuan mahasiswa dan pembaca pada umumnya.



# PENELITIAN TERDAHULU

No	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel penelitian	Persamaan dan perbedaan	Hasil-penelitian
1	rezky febriani 2017	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Koran harian fajar du makasar	Kualitas pelayan (X1) kepuasan pelanggan (Y)	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis yaitu objek penelitian yaitu objeknya dengan kepuasan pelanggan Koran harian fajar di makasar  Persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan juga menggunakan survei kuisosner langsung	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan
2	Anas Salman Alabodi (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan nasabah bank iragi	Kualitas pelayanan (x1) lokasi (x2) kepuasan nasabah (y)	Perbedaan dari penelitian yaitu objek penelitian, penelitian terdahulu objeknya yaitu tentang kepuasan nasabah di iragi bank sedangkan penulis dengan objek kualitas jasa pengiriman  Persamaan dari jurnal di atas yaitu di mana kita akan membahas tentang sebesar apa pengaruh dari kualitas pelayanan yang di berikan ke konsumen maupun nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen kualitas pelayanan yaitu jaminan , kendala,tangibilitas dan efek empati secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan
3	Isnaini widiyati ( 2020 )	Pengaruh kualitas pelayanan harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan hoofood di kota namdung	Kualitas pelayan (x1) harga (x2) promosi (x3) loyalitas pelanggan (y)	Perbedaan yaitu dari objek penelitian di mana penelitian terdahulu mencantumkan variabel promosi untuk koyalitas pelanggan sedangkan peneulis menggunakan objek jasa penelitian  Persamaan sama sama berdampak positif pada keputusan pelanggan	Hasil dari penelitian kualitas pelayanan berdampak positif kepada loyalitas pelanggan
4	Sarjita (2018)	Pengaruh kualitas pelayan , harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada gojek di daerah istimewa yogyakarta	Kualitas pelayanan (x1) harga (x2) promosi (x3) loyalitas pelanggan (y)	Perbedaan hasil penelitian menunjukkan pada objek penelitian di mana di penelitian terdahulu dia memakai variabel harga yang sangat berpengaruh pada suatu jasa gojek  Persamaan di penelitian ini menunjukkan bahwasanya yang sangat berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pelanggan di suatu variabel harga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pada promosi harga itu yang sangat efektif dalam jasa pengiriman
5	Adi Prayitno (2017)	Kualitas pelayan dan harga terhadap keputusan penggunaan pada jasa pengiriman JNE di agen putro agung Surabaya	Kualitas pelayan (x1) harga (x2) dan keputusan penggunaan (y)	Perbedaan dari jurnal yang di kutip di atas yaitu kualitas pelayan dan harga di agen JNE sedangkan penulis agen JNT Persamaan sama sama melakukan penelitian di bidang jasa pengiriman	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan bersama sama berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman
6	Ketemung (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan harga dan lokasi terhadap keputusan menginap pada hotel genio di manado	Kualitas pelayanan (x1) harga (x2) dan lokasi (x3) kepuasan menginap (y)	Perbedaan dari jurnal di atas mengutip tentang kepuasan menginap di hotel genio manado sedang penulis tentang kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman  Persamaan sama sama berpengaruh terhadap kepuasan pembelian konsumen	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan , harga dan lokasi berpengaruh secara simultan
7	Lisa rahmayanti (2019)	Kualitas layanan rawat inap terhadap kepuasan pasien rumah sakit bunda margonda depok	Kualitas pelayan (x1) lokasi (x2) kepuasan pasien (y)	Perbedaan di jurnal ini yaitu melakukan penelitian di rumah sakit rawat inap sedangkan di jurnal saya melakukan penelitian di onjen jasa pengiriman  Persamaan sama sama berpengaruh positif pada peklanaan maupun konsumen	Hasil penelitian menyimpulkan ada pengaruh antara kualitas pelayanan memang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
8	Anggraini dan Budiarti (2020)	Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek	Harga (X1), Promosi (X2), Dan Kualitas Pelayanan (X3) Loyalitas Pelanggan (Y) Kepuasan Pelanggan (Z)	Perbedaan di jurnal ini yaitu melakukan penelitian di konsumen gojek sedangkan di jurnal saya melakukan penelitian di onjen jasa pengiriman  Persamaan sama sama berpengaruh positif pada peklanaan maupun konsumen	Hasil penelitian menyimpulkan ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
9	Muhtarom, Syairozi, dan Yonita. (2022).	Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah)	Harga (X1), Lokasi (X2), Fasilitas (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) Loyalitas Pelanggan (Y) Keputusan Pembelian (Z)	Perbedaan di jurnal ini yaitu melakukan penelitian di Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah sedangkan di jurnal saya melakukan penelitian di jasa pengiriman  Persamaan sama sama berpengaruh lokasi harga dan kualitas pelayan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Hasil penelitian menyimpulkan ada pengaruh antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan



# Landasan Teoritis

Berdasarkan di jurnal (Kotler&Keller 2018), **kualitas pelayanan** adalah kinerja yang dapat di lakukan oleh seseorang kepada orang lain.

Menurut Alma 2014 mengemukakan bahwa: “Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”.

Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Tjiptono 2012 **kepuasan konsumen** adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan yang bertahan secara terus menerus untuk berlangganan atau melakukan pembelian produk/jasa secara berulang dan konsisten di masa datang.

# Landasan Teoritis

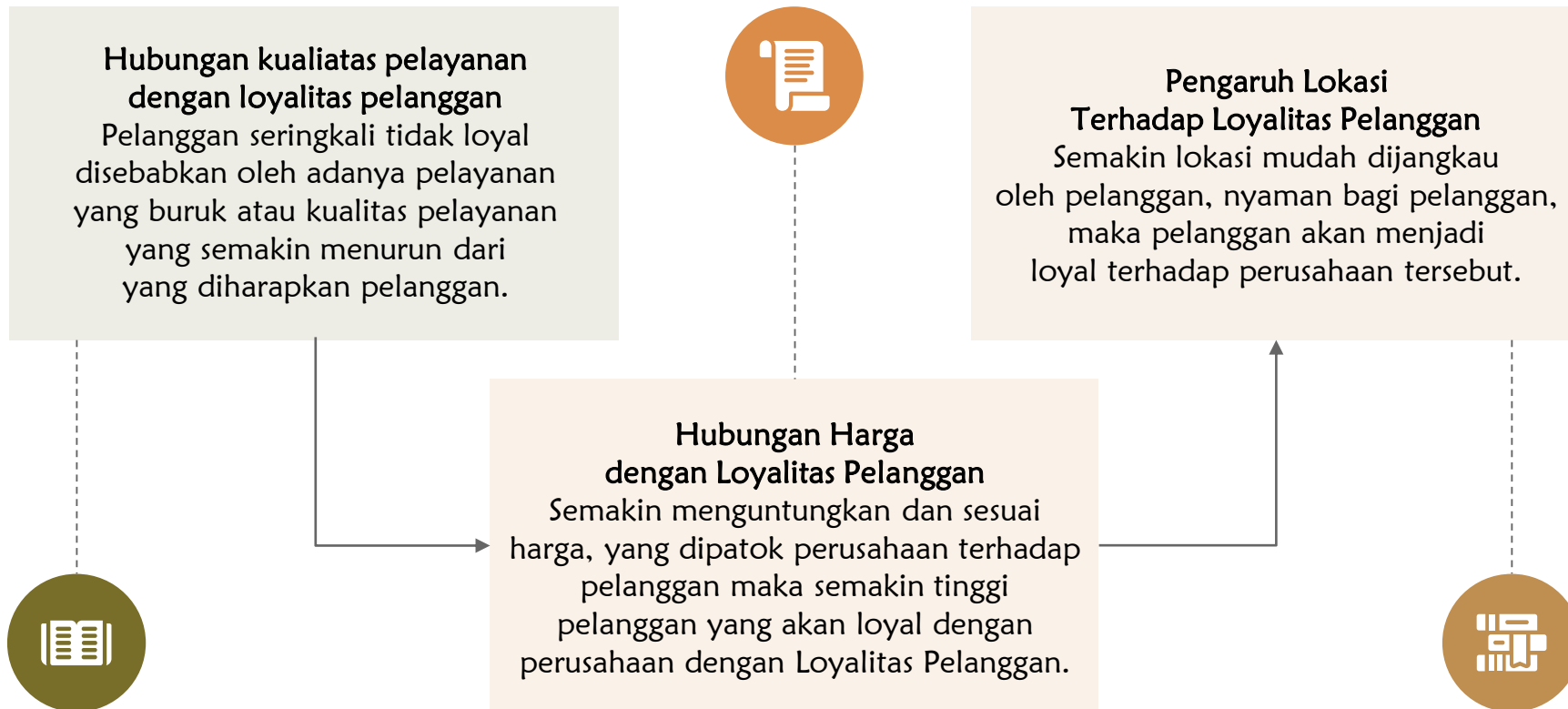
Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan  
Kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan yang tinggi pula, hal ini di dukung oleh penelitian Sri Yulianto (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik secara langsung dapat meningkatkan pelanggan yang di dukung dan begitu juga menurut penulis kualitas pelayanan yang baik akan mendatangkan konsumen yang baik pula.

Hubungan harga dengan kepuasan pelanggan  
Tingkat faktor harga tertentu membuat persepsi konsumen merasa puas dengan memberikan harga yang terjangkau dari perusahaan. Maka dengan kedepannya konsumen akan menjadi pelanggan dalam pembelian berulang ulang.

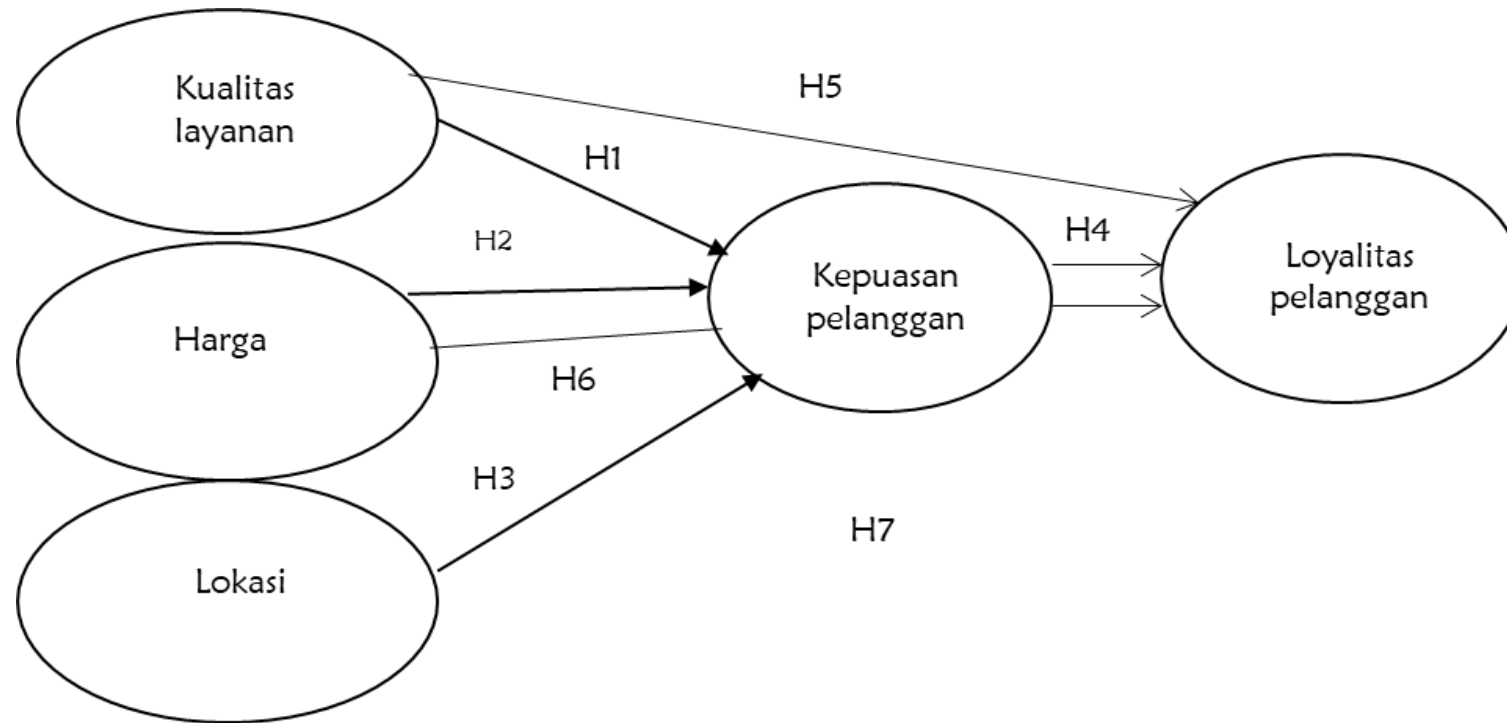
Hubungan Lokasi dengan Kepuasan Pelanggan  
Lokasi yang tepat dan starategis memudahkan akses bagi calon konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan akan memberikan sebuah keuntungan tersendiri bagi sebuah usaha dengan secara tidak langsung meningkatkan kepuasan konsumen.

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan  
Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkannya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono, 2007).

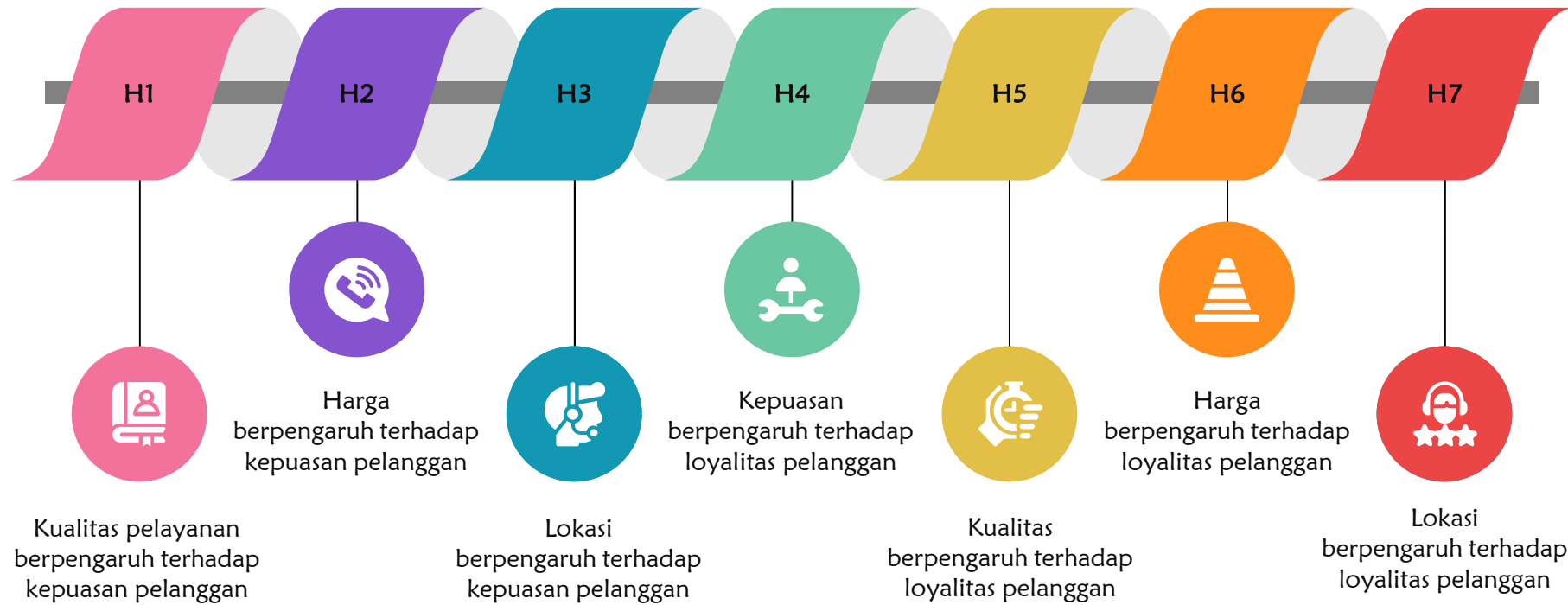
# Landasan Teoritis



# Kerangka Berfikir Konseptual



# Hipotesis



# Metode Penelitian

**Jenis penelitian** ini dalam penelitian ini termasuk dalam kuantitatif, di mana menurut sugiyono (2017) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postivisme.

01

**Lokasi Penelitian** di J&T express Sidoarjo di Pergudangan Safelock jalan lingkaran timur, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

02

- Populasi dan Sampel**
- **Populasi:** wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu
  - **Sampel:** menggunakan teknik Non-probability Sampling, sebanyak 100.

03

# Metode penelitian

× □ \_

## Jenis Data Dan Sumber Data

- Jenis data: menggunakan data subyek self report
- Sumber data: data primer

× □ \_

## Teknik Pengumpulan Data Observasi dan angket

× □ \_

## Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik
3. Analisis Regresi Linier Berganda

× □ \_

## Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)
2. Koefisien determinasi berganda (Uji  $R^2$ )
3. Koefisien Korelasi Berganda (Uji R)

# HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	indikator	r-hitung	r-tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas pelayanan	X1.1	0.800	0,1966	0.00	Valid
	X1.2	0.718		0.00	Valid
	X1.3	0.788		0.00	Valid
	X1.4	0.620		0.00	Valid
	X1.5	0.691		0.00	Valid
Harga	X2.1	0.388	0,1966	0.00	Valid
	X2.2	0.847		0.00	Valid
	X2.3	0.833		0.00	Valid
	X2.4	0.721		0.00	Valid
lokasi	X3.1	0.704	0,1966	0.00	Valid
	X3.2	0.620		0.00	Valid
	X3.3	0.690		0.00	Valid
	X3.4	0.557		0.00	Valid
	X3.5	0.464		0.00	Valid
Kepuasan pelanggan	Y.1	0.613	0,1966	0.00	Valid
	Y.2	0.816		0.00	Valid
	Y.3	0.774		0.00	Valid
Loyalitas pelanggan	Y.1	0.820	0,1966	0.00	Valid
	Y.2	0.801		0.00	Valid
	Y.3	0.668		0.00	Valid

Keseluruhan item pada masing-masing variabel memiliki nilai corrected item-total correlation di atas 0,1966. Artinya, semua item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan valid.



# UJI RELIABILITAS

Variabel	<i>cronbach's Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Kualitas pelayanan	0.773	0.60	<i>Realibel</i>
Harga	0.656	0.60	<i>Realibel</i>
Lokasi	0.685	0.60	<i>Realibel</i>
Kepuasan pelanggan	0.674	0.60	<i>Realibel</i>
Loyalitas pelanggan	0.647	0.60	<i>Realibel</i>

Nilai cronbach's alpha yang diperoleh pada masing-masing variabel adalah di atas 0,60. Terkait demikian, dapat ditarik garis besar bahwa semua variabel penelitian sudah reliabel atau konsisten serta dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

# HASIL PENGUJIAN NORMALITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,96331341
Most Extreme Differences	Absolute	,115
	Positive	,056
	Negative	-,115
Test Statistic		,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai dari uji Kolmogorov smirnov sebesar 0,082 dimana nilai menunjukkan lebih dari 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

# HASIL PENGUJIAN NORMALITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,90395311
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,065
	Negative	-,105
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,088 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai dari uji Kolmogorov smirnov sebesar 0,088 dimana nilai menunjukkan lebih dari 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

## HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	x1.1	,967	1,763
	x1.2	,892	1,198
	x1.3	,998	1,632

Nilai variance inflation factor (VIF) untuk variabel kualitas pelayanan bernilai 1,763 <10, untuk variabel harga senilai 1,198 <10, dan untuk variabel lokasi bernilai 1,632 <10, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas bernilai lebih kecil dari 10. Begitu juga untuk nilai tolerance yang semuanya lebih besar dari 0,10.

## HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN

+

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	x1	,997	1,103
	x2	,999	1,301
	x3	,967	1,203

Nilai variance inflation factor (VIF) untuk variabel kualitas pelayanan bernilai  $1,103 < 10$ , untuk variabel harga senilai  $1,301 < 10$ , dan untuk variabel lokasi bernilai  $1,203 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas bernilai lebih kecil dari 10. Begitu juga untuk nilai tolerance yang semuanya lebih besar dari 0,10.

+

# UJI AUTOKORELASI VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,640 <sup>a</sup>	,615	,088	1,994	1,950

a. Predictors: (Constant), x1.3, x1.2, x1.1

b. Dependent Variable: kepuasan\_pelanggan

Diperoleh  $dL=1,6131$  dan  $dU=1,7364$ . Dengan demikian  $dU < d < 4-dU$ , Dari tabel 4.15 diatas diketahui bahwa nilai DW (Durbin-Watson) sebesar 1,950 Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut : ( $du < d < 4-du = 1,7364 < 1,950 < 2,263$ ), artinya tidak terkena autokorelasi.

# UJI AUTOKORELASI VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN

Model Summary<sup>b</sup>

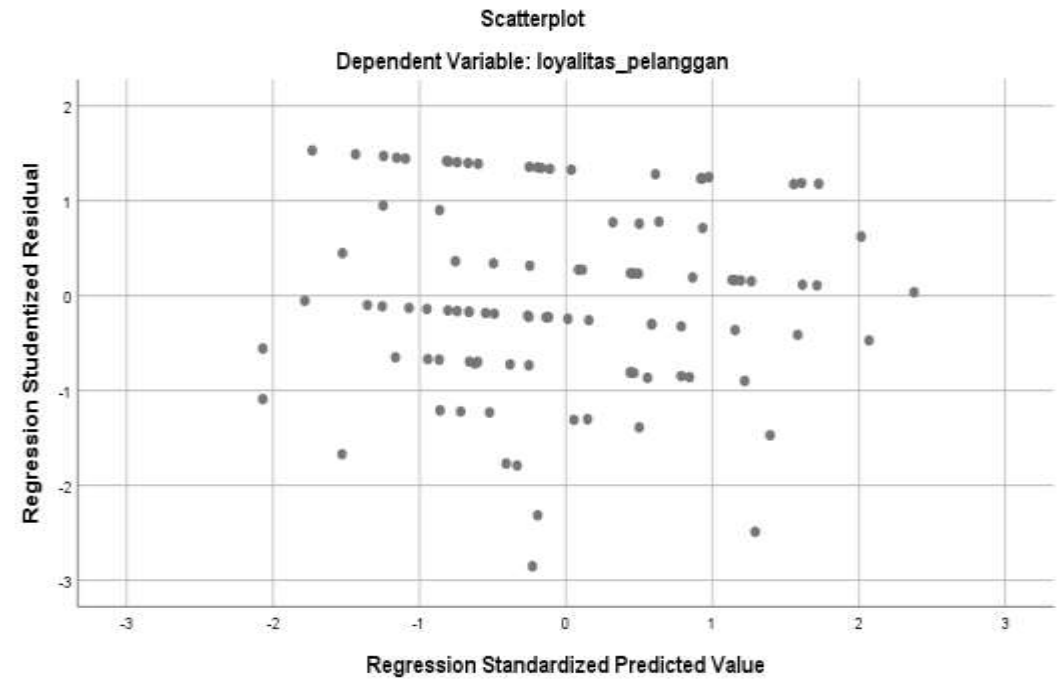
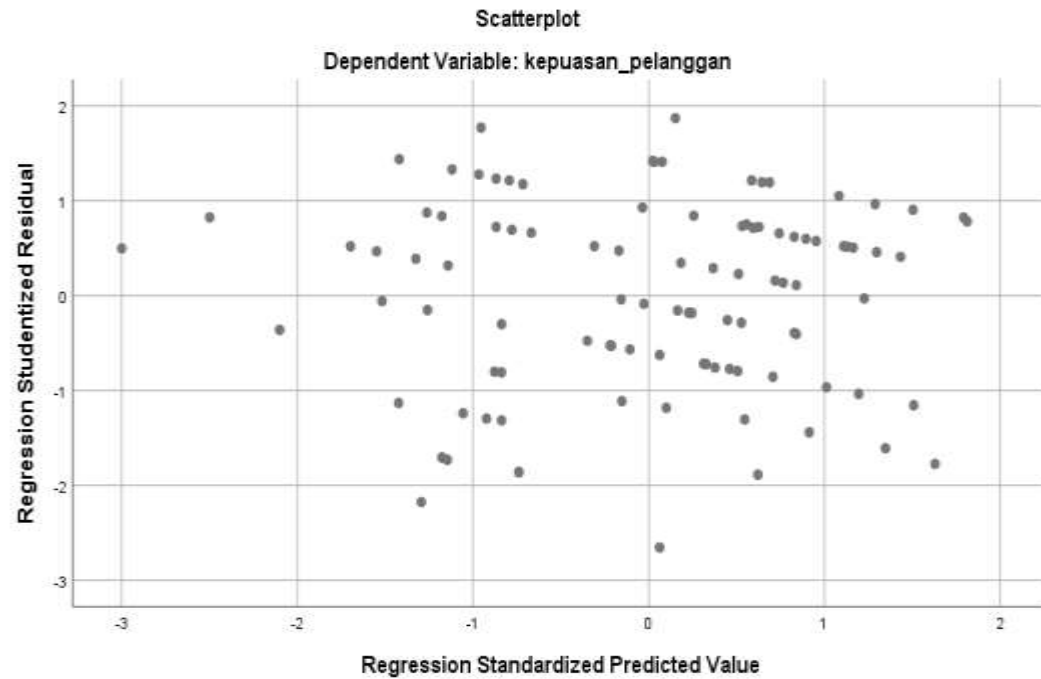
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,574 <sup>a</sup>	,611	-,020	1,933	1,828

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

Nilai DW (Durbin-Watson) sebesar 1,828 Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :  $(du < d < 4-du = 1,7364 < 1,828 < 2,263)$ , artinya tidak terkena autokorelasi, berarti regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini tidak terkena autokorelasi.

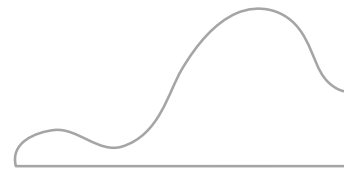
# UJI HETEROSKEDASTISITAS



Plot residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Artinya tidak terjadi heterosekedasitas.



# HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA



Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,825	2,295		7,768	,010
	kualitas_layanan	,386	,060	,138	1,732	,025
	Harga	,244	,088	,048	2,505	,015
	Lokasi	,241	,077	,300	3,117	,002

a. Dependent Variable: kepuasan\_pelanggan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 7,825 + 0,386X_1 + 0,244 X_2 + 0,241 X_3 + e$$

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,831	2,836		3,467	,041
	kualitas_layanan	,419	,059	,133	2,326	,015
	Harga	,306	,085	,107	1,765	,028
	Lokasi	,396	,079	,130	1,685	,034
	kepuasan_pelanggan	,312	,099	,122	1,830	,021

a. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 9,831 + 0,419X_1 + 0,306 X_2 + 0,396 X_3 + e$$

+ HASIL UJI T PARSIAL (UJI T) VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,825	2,295		7,768	,010
	kualitas_layanan	,386	,060	,138	1,732	,025
	Harga	,244	,088	,048	2,505	,015
	Lokasi	,241	,077	,300	3,117	,002

a. Dependent Variable: kepuasan\_pelanggan

## HASIL UJI T PARSIAL (UJI T) LOYALITAS PELANGGAN

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	9,831	2,836		3,467	,041
	kualitas_layanan	,419	,059	,133	2,326	,015
	Harga	,306	,085	,107	1,765	,028
	Lokasi	,396	,079	,130	1,685	,034
	kepuasan_pelanggan	,312	,099	,122	1,830	,021

a. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

+  
UJI KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,640 <sup>a</sup>	,615	,088	1,994	1,950

a. Predictors: (Constant), x1.3, x1.2, x1.1

b. Dependent Variable: kepuasan\_pelanggan

UJI KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,574 <sup>a</sup>	,611	-,020	1,933	1,828

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: loyalitas\_pelanggan

# UJI KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA

+

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,640 <sup>a</sup>	,615	,088	1,994	1,950
a. Predictors: (Constant), x1.3, x1.2, x1.1					
b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan					

## Model Summary<sup>b</sup>




Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,574 <sup>a</sup>	,611	-,020	1,933	1,828
a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1					
b. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan					

+

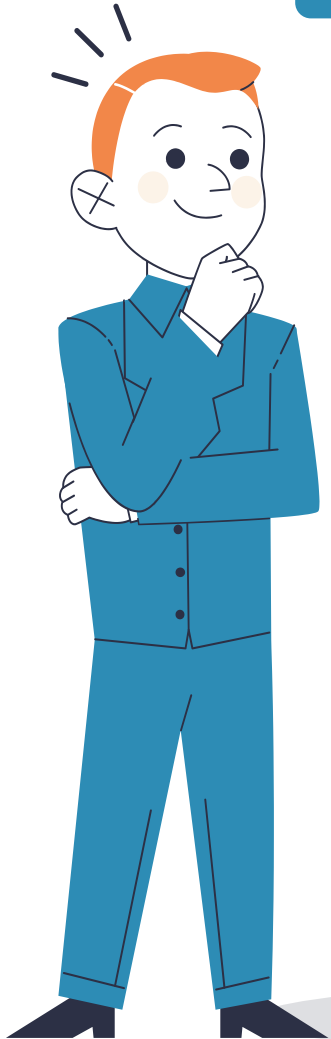


# PEMBAHASAN



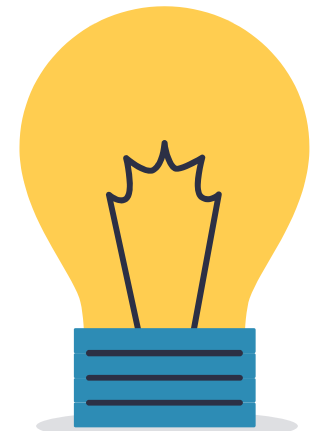
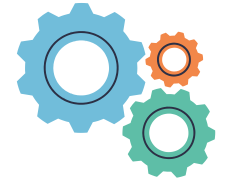
- 
1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
  2. Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan.
  3. Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
  4. Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
  5. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
  6. Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga terhadap loyalitas pelanggan.
  7. Lokasi Berpengaruh Terhadap Loyalitas pelanggan: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan.
- 
- 

+



## KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.
2. Harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.
3. Lokasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.
6. Harga berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.
7. Lokasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman j&t express di sidoarjo.



+

# SARAN



Bagi pihak j&t express diharapkan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah ada,



Bagi pihak j&t express diharapkan untuk menetapkan lokasi yang strategis agar semakin baik dan efektif.



Bagi pihak j&t express diharapkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan dengan kebutuhan sesuai harapan pelanggan.





# KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel saja yaitu kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Sedangkan sebenarnya masih banyak lagi variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Maka dari itu, diharapkan lebih banyak lagi penelitian yang dapat meneliti dengan menggunakan variabel lain atau variabel yang lebih banyak.

