

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam

Eka Rahma Safitri¹, Mauli Siagian²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Populasi yang akan dikaji adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan pengiriman barang JNT Expres cabang Tanjung Piayu pada tahun Agustus 2023 dengan berjumlah 60.203 pelanggan. Teknik penentuan sampel dapat dilalui dengan rumus Slovin yang telah menghasilkan 397 responden. Proses analisis data menggunakan pendekatan regresi linier berganda, yang meliputi pengujian terhadap uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 28,4% terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh sebesar 35,0% loyalitas pelanggan. Temuan dari koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan 65,1% variasi dalam loyalitas pelanggan. Selain itu, uji t dan uji F menunjukkan bahwa baik kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan.

Abstract

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

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Service Quality.

Copyright (c) 2024 Eka Rahma Safitri

✉ Corresponding author :

Email Address : pb180910303@upbatam.ac.id

PENDAHULUAN

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

Kualitas layanan yang konsisten dan unggul akan mencerminkan kepada pelanggan bahwa layanan yang mereka terima adalah yang terbaik, hal ini tidak hanya menumbuhkan rasa puas di kalangan pelanggan namun juga berperan sebagai katalisator bagi keterlibatan mereka yang berkelanjutan terhadap layanan tersebut (Almanda & Siagian, 2022: 134). Kualitas layanan sebagai faktor krusial yang dapat menentukan kesuksesan suatu organisasi atau perusahaan (Kartika & Siagian, 2023: 5037). Ketika suatu organisasi memberikan pelayanan yang unggul dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan dengan baik, hasilnya adalah munculnya rasa loyalitas yang kuat dari pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Miryanda & Dewi, 2023: 17).

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

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi subjektif yang dapat dilakukan oleh konsumen setelah mengalami produk atau layanan tertentu. Hal ini melibatkan perbandingan antara ekspektasi konsumen dan kinerja nyata produk (Gultom *et al.*, 2020: 117). Jika produk tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan, ini dapat menciptakan perasaan senang dan puas (Andalusi, 2021: 84). Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh seseorang setelah mengalami dua atau lebih metode layanan, yang sesuai dengan harapan yang mereka inginkan (Sagala *et al.*, 2021: 237).

Tingkat kepuasan pelanggan di cabang JNT Express Tanjung Piayu belum mencapai puncaknya karena masih terdapat sejumlah pelanggan yang mengalami ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh cabang tersebut. Keluhan utama pelanggan terfokus pada ketidaksesuaian antara estimasi waktu pengiriman yang dijanjikan dan waktu sebenarnya saat paket diterima. Masalah ini dikarenakan banyaknya pelanggan yang memilih belanja *online* biasanya karena lebih murah dan banyak *cash reward* yang menanti dan masih banyak jenis lainnya yang terkadang membuat pengiriman mengalami *overload* atau kelebihan muatan yang dialami jasa pengiriman JNT Express Tanjung Piayu. Dampak dari situasi ini sangat dirasakan oleh penerima paket, terutama jika mereka memiliki kebutuhan mendesak. Keterlambatan tersebut juga dapat menyebabkan kerugian bagi pelanggan yang memiliki keperluan mendesak terkait dengan paket yang mereka terima serta hal ini juga dapat berdampak negatif pada tingkat loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan cerminan keadaan di mana konsumen secara sadar membuat pilihan untuk tetap teguh dalam komitmennya ketika membeli produk atau memanfaatkan layanan dari merek atau perusahaan tertentu (Mardianti & Suhardi, 2023: 367). Mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan aspek krusial dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan (Sucihati & Suhartini, 2022: 16). Untuk mencapai tujuan ini, suatu perusahaan harus berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang memadai, salah satunya adalah dengan memberikan layanan berkualitas tinggi dan memastikan kepuasan pelanggan terjamin (Suryantini & Sujana, 2023: 117).

Loyalitas pelanggan terhadap cabang JNT Express di Tanjung Piayu mengalami penurunan yang cukup mencolok. Penurunan ini terjadi karena adanya beberapa permasalahan yang hingga saat ini belum berhasil diatasi oleh perusahaan, terutama dalam aspek kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dampaknya, jumlah pelanggan JNT Express di cabang Tanjung Piayu mengalami fluktuasi dengan kecenderungan penurunan yang cukup mencolok dalam setiap bulannya. Mulai dari bulan September 2022 hingga Desember 2022, terdapat penurunan pelanggan yang terus menerus. Meskipun demikian, pada awal tahun 2023, yaitu dari bulan Januari hingga Maret terjadi peningkatan jumlah pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa selama periode tersebut, banyak pelanggan yang aktif menggunakan layanan pengiriman barang melalui JNT Express Tanjung Piayu. Sayangnya, periode antara April 2023 hingga Agustus 2023 kembali ditandai dengan penurunan jumlah pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan terjadi karena persaingan yang semakin sengit di sektor layanan pengiriman barang. Saat ini, berbagai perusahaan pengiriman saling bersaing untuk mendapatkan perhatian pelanggan dengan menghadirkan inovasi-inovasi yang menarik. Oleh karena itu, sangat penting bagi cabang JNT Express di Tanjung Piayu untuk mengatasi permasalahan yang ada dengan cermat. Dengan upaya untuk memecahkan masalah, cabang JNT Express Tanjung Piayu dapat memastikan bahwa pelanggan akan loyalitas untuk jangka waktu yang panjang.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif yang memanfaatkan pendekatan kuantitatif untuk menggali seluk-beluk pokok bahasan yang dipilih. Pemilihan metodologi deskriptif ini berasal dari keharusan untuk menjelaskan keadaan tertentu yang sedang diselidiki. Keputusan ini didukung oleh pemeriksaan menyeluruh terhadap literatur yang ada, yang bertujuan untuk menyempurnakan kerangka analitis peneliti. Pada pernyataan tersebut, riset ini ditujukan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Pendekatan kuantitatif dengan penjelasan oleh Sugiyono (2019: 17) menjelaskan pendekatan kuantitatif sebagai metodologi penelitian yang berlandaskan filosofi positivis. Pendekatan ini khususnya cocok untuk menyelidiki kelompok atau sampel tertentu dalam konteks tertentu. Langkah awal dalam menggunakan pendekatan ini memerlukan pemilihan sampel yang cermat, sehingga memerlukan penerapan teknik pengambilan sampel yang sesuai.

Populasi merujuk kepada sekelompok beragam entitas atau individu yang menunjukkan sejumlah atribut dan karakteristik khusus yang dapat dianalisis dan dievaluasi untuk mendapatkan kesimpulan. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi pemilihan anggota sampel dari dalam populasi, membantu dalam menentukan ukuran mereka dan membatasi ruang lingkup generalisasi (Sugiyono, 2019: 127). Dari sisi ini, kelompok populasi sasaran yang akan diteliti adalah pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang JNT Express cabang Tanjung Piayu pada tahun 2023 sebanyak 60.203 pelanggan. Informasi tersebut didapat dari jumlah pelanggan JNT Express di cabang Tanjung Piayu pada Agustus 2023.

Sampel adalah peran penting dalam memahami keseluruhan populasi dan karakteristiknya. Ketika dihadapkan pada tantangan yang membuat pemeriksaan keseluruhan populasi tidak mungkin dilakukan, seperti keterbatasan sumber daya keuangan, keterbatasan waktu, dan keterbatasan energi, peneliti mempunyai pilihan untuk menggunakan sampel yang diambil dari sebagian populasi yang diteliti. Pendekatan ini sangat penting ketika berhadapan dengan populasi besar yang sulit dipelajari secara komprehensif (Sugiyono, 2019: 127). Untuk memilih sampel ini secara efisien, peneliti menggunakan rumus Slovin yang telah menghasilkan 397 responden.

Teknik *sampling* untuk kandungan riset ini ialah *simple random sampling*, yang dimana dapat dijelaskan sebagaimana dalam pemilihan anggota sampel dari keseluruhan populasi dengan secara yang benar-benar acak, tanpa adanya mempertimbangkan subkelompok atau kriteria dalam populasi yang akan dikaji tersebut. Dengan menerapkan metode *simple random sampling*, tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa setiap anggota dalam populasi memiliki peluang yang setara untuk diambil sebagai bagian dari sampel penelitian. Teknik ini dirancang untuk mengeliminasi bias dan memastikan representasi yang adil dari berbagai individu dalam populasi (Sugiyono, 2019: 129).

Analisis data dimulai dengan mengevaluasi keandalan data, termasuk validitas dan reliabilitas. Setelah memastikan kualitas data, langkah berikutnya adalah menguji asumsi klasik, dimulai dengan mengevaluasi distribusi data secara keseluruhan untuk menilai normalitasnya. Kemudian, deteksi multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen. Heteroskedastisitas diperiksa untuk mengevaluasi variasi kesalahan model dan menentukan apakah variasi tersebut tetap konsisten atau mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perubahan prediktor. Setelah langkah-langkah tersebut, analisis data dilanjutkan dengan analisis pengaruh menggunakan regresi linier berganda, yang membantu mengidentifikasi dan mengukur hubungan antara variabel independen dan dependen. Koefisien determinasi (R^2) mendapat perhatian khusus dalam evaluasi, karena mengindikasikan sejauh mana variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Tahapan terakhir melibatkan pengujian hipotesis menggunakan alat statistik seperti uji t dan uji F, membantu mengevaluasi signifikansi hubungan antar variabel dan memvalidasi kesesuaian model yang digunakan dalam analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,651	0,098	Valid
	0,696		
	0,662		
	0,696		
	0,754		
	0,328		
	0,644		
	0,651		
	0,603		
	0,472		
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,669	0,098	Valid
	0,591		
	0,633		
	0,708		
	0,490		
	0,576		
Loyalitas Pelanggan	0,684	0,098	Valid
	0,605		
	0,665		
	0,598		
	0,645		
0,551			

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Hasil kandungan dengan tersaji pada tabel 1 yang dikemukakan di atas, sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil pengujian terhadap setiap pernyataan dalam semua variabel penelitian menghasilkan nilai r

hitung yang melebihi nilai ambang batas yang telah dapat ditetapkan dalam r tabel, yaitu ditetapkan sebesar 0,098. Pengamatan uji ini mengarah pada kesimpulan bahwa semua item pernyataan dalam pengujian tersebut dalam hasil yang dianggap valid. Artinya, data yang telah dikumpulkan dari pengujian tersebut dapat dipergunakan sebagai alat ukur yang baik untuk mengukur data variabel penelitian yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

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

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Hasil kandungan dengan tersaji pada tabel 2 yang dikemukakan di atas, menunjukkan bahwa penilaian yang dilakukan terhadap setiap variabel penelitian efektif menghasilkan nilai *cronbach's alpha* yang melebihi ambang batas yang ditetapkan yaitu 0,60. Pengamatan ini dalam mengarahkan kepada kesimpulan bahwasanya untuk keseluruhan variabel penelitian yang dikaji dalam pengujian ini menunjukkan hasil yang dapat dianggap *reliabel*. Dengan demikian, hal ini dapat menegaskan bahwa seluruh item atau pernyataan dalam instrumen pengukuran tersebut konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud dan dapat diandalkan atau dipercaya untuk memberikan gambaran yang akurat berkaitan dengan aspek yang sedang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

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

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Hasil kandungan dengan tersaji tabel 4 yang dikemukakan di atas, dapat dilihat kandungan besaran nilai dari *Asymp Sig. (2-tailed)* yang tercatat dengan perolehan 0,200. Pengamatan ini menarik perhatian karena nilai tersebut melebihi batas signifikansi yang telah ditetapkan dengan sebesar 0,05. Pengungkapan yang menarik ini, ketika dilakukan analisis menyeluruh, memperkuat anggapan bahwa data yang dinilai selaras dengan kriteria yang telah ditentukan untuk menetapkan

asumsi normalitas. Oleh karena itu, dari hasil analisis terdapat dasar yang kuat untuk menyimpulkan bahwasanya data yang diteliti menunjukkan sebaran yang cenderung normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

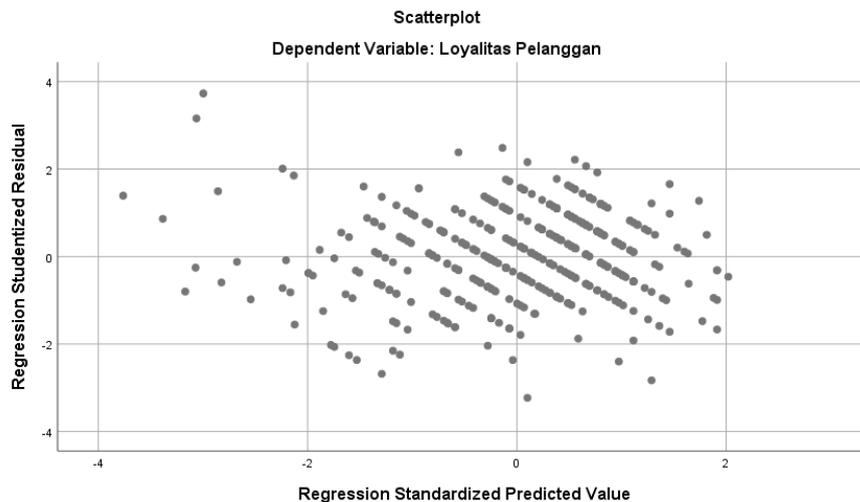
Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Layanan	.594	1.684
Kepuasan Pelanggan	.594	1.684

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Informasi yang disampaikan data pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* seluruh variabel independen melampaui ambang batas 0,10. Selanjutnya, masing-masing variabel independen menunjukkan *variance inflation factor* (VIF) di bawah 10,00. Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model. Hal ini menyiratkan bahwa semua variabel-variabel independen tidak berkorelasi secara substansial satu sama lainnya, sehingga menegaskan keandalan kontribusi masing-masing variabel terhadap kekuatan prediksi model.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Dengan melakukan analisis terhadap data yang tergambar pada gambar 1 di atas, nampaknya *scatterplot* mampu menggambarkan distribusi titik-titik secara acak tanpa menunjukkan adanya pola atau susunan tertentu. Terlebih lagi, dapat diamati bahwa titik-titik tersebar di kedua ujung wilayah, mendekati nilai nol pada sumbu Y. Setelah mengamati hasil analisis dengan seksama, dapat disimpulkan bahwa, dalam konteks penelitian ini, tidak terlihat adanya masalah yang dapat diamati terkait dengan heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

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

a. *Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan*

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Hasil kandungan dengan tersaji tabel 5 yang dikemukakan di atas, telah memperoleh sebuah persamaan yang dihasilkan: $Y=4,628+0,284X_1+0,350X_2$. Karena itulah, penjelasan komprehensif mengenai temuan tersebut:

1. Suku konstanta, yang diwakili oleh 4,628, berfungsi sebagai jangkar penting dalam persamaan tersebut. Pada dasarnya, hal ini menyiratkan bahwa jika tidak ada dampak apa pun dari kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2), nilai loyalitas pelanggan (Y) akan tetap berada di angka 4,628.
2. Analisis regresi menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,284 untuk variabel kualitas layanan (X1), yang mengindikasikan adanya korelasi positif antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% dalam kualitas layanan dapat dihubungkan dengan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 28,4%.
3. Analisis regresi menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,350 untuk variabel kepuasan pelanggan (X2), yang mengindikasikan adanya korelasi positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar 1% dalam kepuasan pelanggan dapat dihubungkan dengan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 35,0%.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.649	1.488

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

b. *Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan*

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Informasi yang terdapat dalam tabel 6 menyoroiti hasil analisis dengan menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) mencapai 0,651, yang jika diungkapkan dalam persentase setara dengan 65,1%. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar, khususnya 65,1%, dari variasi atau fluktuasi yang diamati dalam tingkat loyalitas pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) yang diteliti dalam penelitian ini. Walaupun demikian, penting untuk mencatat bahwa sekitar 34,9% dari variasi tidak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang telah diinvestigasi dalam penelitian ini.

Fakta ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam ruang lingkup penelitian, dan mungkin memiliki dampak terhadap tingkat loyalitas pelanggan dengan cara yang belum terungkap.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial - Uji t

Tabel 7 Hasil Uji t (Parsial)

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

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

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

1. Kualitas layanan (X1) dinyatakan pada perolehan t hitung dengan besaran 13,726 jauh melebihi nilai t tabel yang ditentukan (1,966). Selain itu, tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, temuan ini memberikan keyakinan untuk menerima H1 yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.
2. Kepuasan pelanggan (X2) dinyatakan pada perolehan t hitung dengan besaran 9,242 jauh melebihi nilai t tabel yang ditentukan (1,966). Selain itu, pada tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, temuan ini memberikan keyakinan untuk menerima H2 yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.

Uji Hipotesis Secara Simultan - Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

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

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan

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

Sumber: Olah Data SPSS 25 (2023)

Uraian data yang tersajikan dalam tabel 8 di atas, terlihat bahwa nilai f hitung dengan besaran 366,673 jauh melebihi nilai f tabel yang ditentukan (3,02). Selain itu, tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, temuan ini memberikan

keyakinan untuk menerima H_0 yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada JNT Expres cabang Batam.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Uraian temuan yang telah tersajikan sebelumnya dapat mengindikasikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Pernyataan temuan tersebut dapat didasari pada perolehan t hitung dengan besaran 13,726 jauh melebihi nilai t tabel yang ditentukan (1,966). Selain itu, tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, saat layanan yang diberikan sangat baik, pelanggan cenderung merasa untuk dihargai, yang pada gilirannya meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk dapat tetap dalam loyalitas dan menggunakan layanan JNT Expres cabang Tanjung Piayu secara berulang kali. Hal ini karena pengalaman yang baik akan menciptakan ikatan emosional antara perusahaan dan pelanggan, dan pada akhirnya dapat membuat pelanggan lebih condong memilih JNT Expres cabang Tanjung Piayu dari pada layanan pengiriman lainnya.

Temuan yang terkandung riset ini diperkuat oleh serangkaian penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terkemuka, seperti Jeany & Siagian (2020), Sagala *et al.* (2021), dan penelitian lain yang telah dilakukan oleh Tobing *et al.* (2021). Dalam konsistensi dengan hasil analisis penelitian ini, penelitian-penelitian sebelumnya secara bersama-sama memberikan konfirmasi bahwa variabel kualitas layanan memiliki dampak positif dan disertai dengan signifikan dalam mempengaruhi suatu loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Uraian temuan yang telah tersajikan sebelumnya dapat mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Pernyataan temuan tersebut dapat didasari pada perolehan t hitung dengan besaran 9,242 jauh melebihi nilai t tabel yang ditentukan (1,966). Selain itu, pada tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian, ketika kebutuhan dan keinginan pelanggan dipenuhi dengan baik oleh JNT Expres cabang Tanjung Piayu, maka mereka cenderung untuk tetap menggunakan jasa pengiriman barang tersebut di masa mendatang. Hal ini adalah kunci penting untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat antara perusahaan dan pelanggan, karena kepuasan pelanggan yang telah konsisten dapat menjadi pendorong utama bagi loyalitas pelanggan.

Temuan yang terkandung riset ini diperkuat oleh serangkaian penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terkemuka, seperti Sewaka *et al.* (2021), Widodo & Yosepha (2022), dan penelitian lain yang telah dilakukan oleh Melati & Heriswanto (2023). Dalam konsistensi dengan hasil analisis penelitian ini, penelitian-penelitian sebelumnya secara bersama-sama memberikan konfirmasi bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan disertai dengan signifikan dalam mempengaruhi suatu loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Uraian temuan yang telah tersajikan sebelumnya dapat mengindikasikan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Pernyataan temuan tersebut dapat didasari pada perolehan nilai f hitung dengan besaran 366,673 jauh melebihi nilai f tabel yang ditentukan (3,02). Selain itu, tingkat signifikansi yang dicatat pada besaran 0,000 jauh di bawah ambang batas yang telah dapat digunakan yaitu 0,05. Oleh karena itu, apabila JNT Express di cabang Tanjung Piayu telah mampu memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan serta memastikan kepuasan pelanggan, hal ini akan berdampak positif terhadap tingkat kesetiaan pelanggan. Dengan memenuhi dan bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan mereka. Hal ini akan membantu meningkatkan loyalitas, di mana pelanggan akan cenderung kembali menggunakan layanan dari JNT Express di cabang Tanjung Piayu secara berulang karena pengalaman positif yang mereka dapatkan.

Temuan yang terkandung riset ini diperkuat oleh serangkaian penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terkemuka, seperti Wirapraja *et al.* (2021), Muharam *et al.* (2021), dan penelitian lain yang telah dilakukan oleh Trisela & Hermanto (2022). Dalam konsistensi dengan hasil analisis penelitian ini, penelitian-penelitian sebelumnya secara bersama-sama memberikan konfirmasi bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersamaan memiliki dampak positif dan disertai dengan signifikan dalam mempengaruhi suatu loyalitas pelanggan

SIMPULAN

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

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

Referensi :

- Almanda, W., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam. *ECo-Buss*, 5(1), 133-145.
- Andalusi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada konsumen PT.BCA Finance, Kantor Pusat Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 80. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10740>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273-282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Jeany, & Siagian, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa. *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 7(3), 330-341.
- Kartika, U. N., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai

- Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Batam. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5034–5048.
- Mardianti, & Suhardi. (2023). Pengaruh Kinerja Layanan , Kepercayaan , dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 365–375.
- Melati, & Heriswanto. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty at Post Office (Persero) Pekanbaru Branch. *Journal of Management Info*, 9(1), 280–284. <https://doi.org/10.31580/jmi.v6i1.491>
- Miryanda, A., & Dewi, A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ade Miryanda1*, Ananda Fitriani Dewi2*, 1(2), 16–31.
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. Bin. (2021). E-Service Quality, Customer Trust and Satisfaction: Market Place Consumer Loyalty Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 237. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i2.23224>
- Sagala, I., Zebua, Y., & Halim, A. (2021). The Impact Of Service Quality Through Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.31538/ndh.v6i2.1430>
- Sewaka, S., Anggraini, K., Mas'adi, M., Nurhadi, A., & Arianto, N. (2021). The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality of Banking Products on Loyalty of Bank Customer in Tangerang. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.295>
- Sucihati, & Suhartini. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pt. Asuransi Ramayana Serang. *Jurnal Pendidikan Teknik Sipil*, 19(1), 1–10.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suryantini, I. G. A. A., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 116–122.
- Tobing, A., Simorangkir, E., Situmorang, M., & Purba, P. Y. (2021). The Influence of Service Quality, Pricing, and Digital Marketing on IndiHome Fiber Customer Loyalty. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 167–173. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.35523>
- Trisela, L., & Hermanto. (2022). The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty. *Jurnal Manajemen*, 26(2), 1533–1549. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2018-0212>
- Widodo, S., & Yosepha, S. Y. (2022). E-loyalty model based on e-service quality, e-trust and e-satisfaction on Gojek consumers in East Jakarta. *International Journal Of Artificial Intelligence Research*, 6(1.2), 1–7. <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.2.607>
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(2), 128–137. <https://doi.org/10.24002/ijis.v3i2.4191>