

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Ninja Xpress

Ninja Van merupakan salah satu perusahaan dibidang pengiriman berbasis teknologi terkini. Perusahaan Ninja Xpress bida menjadi pilihan karena mampu memberikan layanan pengiriman dengan mudah. Perusahaan ini pertama kali beroperasi pada tahun 2014 di Singapura. Ninja Xpress adalah anak perusahaan dari Ninja Van. Perusahaan Ninja Xpress mulai beroperasi di Indonesia pada 1 Juni 2017. Perusahaan Ninja Van didirikan oleh tiga pengusaha bernama Chang Wen sebagai CEO, Tan Boxian sebagai operating officer, dan Shaun Chong sebagai teknologi officer. Ninja Xpress sudah ada di beberapa negara sebelum masuk ke Indonesia, seperti Singapura, Thailand, Vietnam, Malaysia, dan Filipina. CEO Ninja Van memutuskan untuk mengoprasikan perusahaan jasa pengirimannya di Indonesia. Alasan Ninja Xpress berekspansi di Indonesia adalah karena pangsa pasar Indonesia terbesar di Asia Tenggara. Khususnya dibidang e-commerce, Indonesia terus mengalami perkembangan. Ninja Xpress memutuskan untuk bekerja sama dengan beberapa platform e-commerce di Indonesia, seperti: Bukalapak, Tokopedia, Blibi, Lazada, Shopee dan masih banyak lagi. Pada tahun 2019 perusahaan Ninja Xpress berhasil memiliki jumlah reseller yang sangat banyak yaitu lebih dari 100 ribu reseller.¹

Dalam waktu singkat Ninja Xpress mampu menghadirkan berbagai inovasi bagi industri jasa pengiriman di Indonesia. Berikut beberapa layanan yang bisa didapatkan dari Ninja Xpress:

a. Pengiriman Fleksibel

Dalam pengiriman yang fleksibel, pelanggan dapat memilih beberapa jenis layanan yang disediakan oleh Ninja Xpress sesuai kebutuhan pelanggan. Pertama, Ninja Reg adalah layanan pengiriman standar Ninja Xpress dengan

¹ Ninja Xpress, tentang kami ninja xpress, diakses pada 8 oktober, 2021, <https://www.ninjaxpress.co/id-id/about-us>

waktu pengiriman tergantung pada lokasi pengiriman ke lokasi penerima.

Kemudian, Ninja Fast kedua, layanan pengiriman cepat Ninja Xpress, yang berjanji akan hadir pada hari berikutnya, dan yang terakhir Ninja Super, layanan pengiriman yang menjamin paket diterima pada waktu yang sama. Biaya bergantung pada luas dan volume. Biaya Ninja Xpress tidak didasarkan pada kilometer yang ditempuh, tetapi berat (kg) dan volumetrik.

b. Layanan Internasional

Salah satu keuntungan dari organisasi Ninja Xpress adalah tidak bisa hanya mengirim paket secara lokal. Jangkauan pengiriman paket oleh Ninja Xpress bisa sampai ke luar negeri. Dengan memilih layanan internasional, Anda sudah dapat mengirimkan produk ke beberapa negara. Perusahaan Ninja Xpress dapat menawarkan berbagai jenis layanan internasional di seluruh dunia karena ada banyak cabang dan tersebar luas di berbagai negara. Negara-negara yang dicakup oleh Ninja Xpress antara lain Thailand, Filipina, Singapura, Vietnam, dan Malaysia.

c. Layanan Bayar di Tempat

Ninja Xpress juga memiliki keunggulan *Cash On Delivery* (COD) yang memudahkan pembeli untuk membayar produk yang dibeli saat mereka mendapatkannya secara langsung. Dukungan bantuan COD yang diperkenalkan oleh Ninja Xpress dapat menjadi tambahan insentif bagi para pelaku bisnis e-commerce.²

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Ninja dapat diakses untuk semua pelanggan di Asia Tenggara, sehingga Ninja Xpress dapat memberikan pengalaman pengiriman yang luar biasa dan konsisten yang andal bagi pengirim dan pembeli di pasar Asia Tenggara.

² Staff Cekresi, “Mengenal Inja Van, Induk Perusahaan Ninja Xpress di Indonesia”, Paketmu.Com, 21 Januari, 2021, diakses pada 8 Oktober, 2021, <https://paketmu.com/ninja-van-indonesia/>.

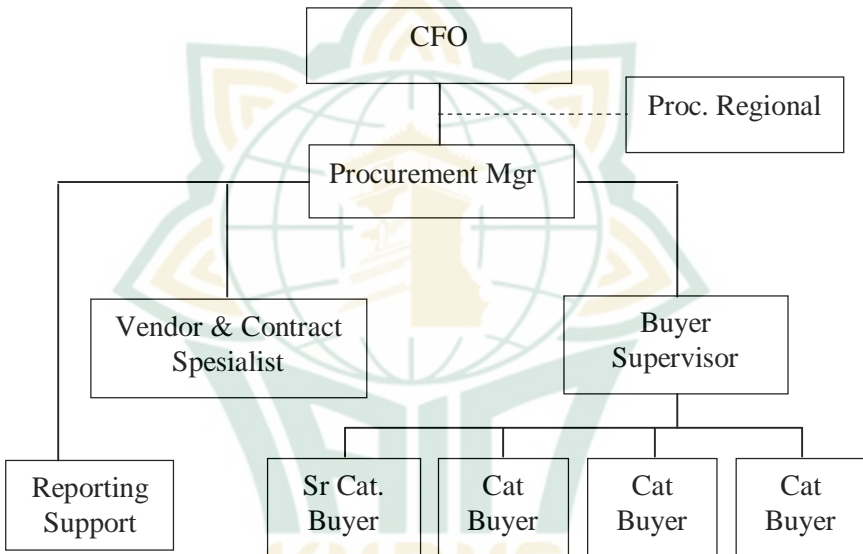
b. Misi

Menghubungkan Asia Tenggara ke dunia berbagai kemungkinan, satu pengiriman yang menyenangkan secara sekaligus.³

3. Struktur Organisasi

Agar tercapainya sebuah tujuan dalam sebuah usaha maka perlu disusun struktur organisasi. Struktur Organisasi di Ninja Xpress di antaranya:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana informasi atau data yang diperoleh peneliti mengenai tanggapan responden dengan menyebar kuesioner. Banyak responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 78 orang. Karakteristik responden meliputi:

1. Jenis Kelamin

Terdapat dua kelompok yaitu responden laki-laki dan perempuan yang seluruhnya berjumlah 78 responden. Berikut adalah tabel responden berdasarkan jenis kelamin:

³ Muhammad Firdaus Arjuna Wibowo, Wawancara Kepala Kantor Ninja Xpress Cabang Demak, 2 Juni 2021.

Tabel 4.1
Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	35	44,9%
Perempuan	43	55,1%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 78 responden, jenis kelamin responden laki-laki berjumlah 35 responden dengan presesntase 44,9%. Sedangkan perempuan berjumlah 43 atau 55,1%.

2. Usia Responden

Berikut hasil pengumpulan data dari 78 responden berdasarkan usia responden ditujukan pada tabel berikut

Tabel 4.2
Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
15-20 tahun	14	17,9%
21-25 tahun	49	62,8%
26-30 tahun	10	12,8%
31-35 tahun	3	3,8%
>36 tahun	2	2,6%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, responden usia 15-20 tahun berjumlah 14 responden atau 17,9%, responden usia 21-25 tahun berjumlah 49 atau 62,9%, responden usia 26-30 tahun berjumlah 10 atau 12,8%, untuk responden usia 31-35 tahun berjumlah 3 atau 3,8%, dan responden usia >36 tahun berjumlah 2 atau 2,6%. Hal ini menunjukkan bahwa yang memakai jasa ekspedisi Ninja Xpress rata-rata berusia 21-25 tahun.

3. Status Pekerjaan

Berikut hasil pengumpulan data mengenai status pekerjaan responden dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3
Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
PNS	3	3,8%
Pegawai Swasta	18	23,1%
Wiraswasta	22	28,2%
Pelajar/mahasiswa	35	44,9%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, untuk status pekerjaan PNS berjumlah 3 responden atau 3,8%, status pekerjaan pegawai swasta berjumlah 18 responden atau 23,1%, untuk status pekerjaan wiraswasta berjumlah 22 responden atau 28,2%, dan status pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 35 responden atau 44,9%. Artinya status pekerjaan responden paling dominan yaitu pelajar/mahasiswa, dikarenakan pelajar/mahasiswa banyak yang belanja online shop dan menggunakan jasa ekspedisi, sehingga pengisian kuesioner ini mampu untuk mendukung penelitian ini.

4. Frekuensi Penggunaan

Deskripsi responden dalam klasifikasi frekuensi penelitian, peneliti membaginya dalam 4 kategori frekuensi adapun untuk mengetahui frekuensi penggunaan jasa pengiriman ninja xpress yang dilakukan oleh konsumen:

Tabel 4.4
Deskripsi Statistik Responden
Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Penggunaan	Frekuensi	Presentase
<3 kali	40	51,3%
3-6 kali	23	29,5%
7-10 kali	7	9%
>10 kali	8	10,3%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, frekuensi penggunaan <3 kali berjumlah 40 responden atau 51,3%, frekuensi penggunaan 3-6 kali berjumlah 23 responden atau 29,5%, untuk frekuensi penggunaan 7-10 kali berjumlah 7 responden atau 9%, dan

frekuensi penggunaan >10 kali berjumlah 8 responden atau 10,3%.

C. Data Penelitian

Berikut adalah jawaban dari hasil penyebaran kuisioner mengenai Pengaruh Kualitas Jasa Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ninja Xpress Cabang Demak:

1. Kualitas Jasa (X1)

Hasil jawaban responden dari penyebaran angket terhadap 78 responden mengenai variabel kualitas jasa yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Variabel Kualitas Jasa

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X1.1	0	0	0	0	24	30,4	36	46,2	18	23,1
X1.2	0	0	0	0	21	26,9	43	55,1	14	17,9
X1.3	1	1,3	0	0	16	20,5	37	47,4	24	30,8
X1.4	0	0	0	0	20	25,6	44	56,4	14	17,9
X1.5	0	0	0	0	14	17,9	48	61,5	16	20,5

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Bersumber dari data diatas, deskripsi kuesioner tentang variabel kualitas jasa (X1) yaitu sebagai berikut:

Item 1, responden yang memilih netral berjumlah 24 orang atau (30,4%), yang menyatakan setuju berjumlah 36 orang atau (46,2%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 18 orang atau (23,1%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih setuju, bahwa Ninja Xpress memberikan pelayanan jasa yang sangat cepat.

Item 2, responden yang memilih netral berjumlah 21 orang atau (26,9%), sedangkan yang menyatakan setuju berjumlah 43 orang atau (55,1%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 14 orang atau (17,9%). Dapat diimpulkan bahwa sebagian besar responden memilih setuju, bahwa Ninja Xpress sangat cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan.

Item 3, responden memilih sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau (1,3%), yang menyatakan netral berjumlah 16 orang atau (20,5%), yang memilih setuju berjumlah 37 orang atau (47,4%) dan yang memilih sangat setuju berjumlah 24 orang atau (30,8%). Hal ini menunjukkan

bahwa responden memilih Ninja Xpress karena memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan.

Item 4, responden yang memilih netral berjumlah 20 orang atau (25,6%), yang menyatakan setuju berjumlah 44 orang atau (56,4%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 14 orang atau (17,9%). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju karyawan Ninja Xpress selalu memperhatikan kebersihan, kerapian dan kesopanan.

Item 5, responden yang menyatakan netral berjumlah 14 orang atau (17,9%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 48 orang atau (61,5%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 16 orang atau (20,5%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, responden setuju karyawan Ninja Xpress selalu memberikan keramahan dalam memberikan pelayanan.

2. Harga (X2)

Hasil jawaban responden dari penyebaran angket terhadap 78 responden mengenai variabel harga yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Variabel Harga

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X2.1	1	1,3	0	0	19	24,4	44	56,4	14	17,9
X2.2	0	0	2	2,6	17	21,8	42	53,8	17	21,8
X2.3	1	1,3	0	0	12	15,4	49	62,8	16	20,5
X2.4	0	0	1	1,3	18	23,1	45	57,7	14	17,9
X2.5	2	2,6	1	1,3	18	23,1	43	55,1	14	17,9

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Bersumber data diatas, deskripsi kuesioner tentang variabel harga (X2) yaitu sebagai berikut:

Item 1, responden menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau (1,3%), yang memilih netral berjumlah 19 orang atau (24,4%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 44 orang atau (56,4%), dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 14 orang atau (17,9%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa Harga pengiriman barang di Ninja Xpress lebih terjangkau.

Item 2, responden menyatakan tidak setuju berjumlah 2 orang atau (2,6%), yang memilih netral berjumlah 17 orang atau (21,8%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 42

orang atau (53,8%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 17 orang atau (21,8%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju harga bervariasi sesuai dengan ukuran barang maupun jenis produk.

Item 3, responden yang memilih sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau (1,3%), yang memilih netral berjumlah 12 orang atau (15,4%), yang menyatakan setuju berjumlah 49 orang atau (62,8%), dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 16 orang atau (20,5%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju harga pengiriman barang sesuai dengan hasil barang yang akan diterima oleh pelanggan.

Item 4, responden menyatakan tidak setuju berjumlah 1 orang atau (1,3%), yang memilih netral berjumlah 18 orang atau (23,1%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 45 orang atau (57,7%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 14 orang atau (17,9%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju harga pengiriman barang di Ninja Xpress dapat bersaing dengan jasa pengiriman barang lain yang sejenis.

Item 5, responden menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau (2,6%), yang memilih tidak setuju berjumlah 1 orang atau (1,3%), yang memilih netral berjumlah 18 orang atau (23,1%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 43 orang atau (55,1%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 14 orang atau (17,9%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa harga yang ditawarkan Ninja Xpress sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen.

3. Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil jawaban responden dari penyebaran angket terhadap 78 responden mengenai variabel loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7
Variabel Loyalitas Pelanggan

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Y.1	6	7,7	0	0	20	25,6	42	53,8	10	12,8
Y.2	2	2,6	7	9,0	27	34,6	31	39,7	11	14,1
Y.3	4	5,1	0	0	17	21,8	44	56,4	13	16,7
Y.4	1	1,3	4	5,1	27	34,6	33	42,3	13	16,7

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS tahun 2021

Bersumber data diatas, deskripsi kuesioner tentang variabel loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebagai berikut:

Item 1, responden yang memilih sangat tidak setuju berjumlah 6 orang atau (7,7%), yang memilih netral berjumlah 20 orang atau (25,6%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 42 orang atau (53,8%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 10 orang atau (12,8%). Dapat disimpulkan responden sebagian besar setuju bahwa sering menggunakan jasa pengiriman barang pada Ninja Xpress.

Item 2, responden menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 2 orang atau (2,6%), yang memilih tidak setuju berjumlah 7 orang atau (9,0%), yang memilih netral berjumlah 27 orang atau (34,6%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 31 orang atau (39,7%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 11 orang atau (14,1%). Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa tidak akan menggunakan jasa pengiriman barang lain selain Ninja Xpress.

Item 3, responden yang memilih sangat tidak setuju berjumlah 4 orang atau (5,1%), yang memilih netral berjumlah 17 orang atau (21,8%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 44 orang atau (56,4%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 13 orang atau (16,7%). Hal ini menunjukkan responden setuju untuk merekomendasikan jasa pengiriman barang Ninja Xpress kepada keluarga, kerabat dan teman-teman.

Item 4, responden menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1 orang atau (1,3%), yang memilih tidak setuju berjumlah 4 orang atau (5,1%), yang memilih netral berjumlah 27 orang atau (34,6%), sedangkan yang memilih setuju berjumlah 33 orang atau (42,3%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 13 orang atau (16,7%). Maka dapat disimpulkan responden setuju bahwa sebagai pelanggan di Ninja Xpress mereka tidak mudah terpicak akan penawaran yang diberikan para pesaing/kompetitor .

D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Pengujian menggunakan aplikasi SPSS digunakan untuk menguji validitas instrumen yang digunakan, yaitu dengan membandingkan r tabel dan r hitung yang ditentukan. Artikulasi atau penanda suatu indikator dikatakan sah/valid jika

nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r yang ditentukan didapat dari hasil SPSS for Windows 25.0 pada bagian *Corrected Item-Total Correlation*. Untuk sementara, dalam menentukan nilai r tabel, cari persamaan df (tingkat peluang) = $n - k$ (n = jumlah responden/tes, dan k = jumlah faktor otonom). Dengan resep tersebut, $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ dengan derajat kritis 5% = 0,05, maka pada titik tersebut diperoleh r tabel sebesar 0,361. Berikutnya merupakan hasil uji validitas instrumen:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas jasa (X1)	X1.1	0,837	0,361	Valid
	X1.2	0,738	0,361	Valid
	X1.3	0,664	0,361	Valid
	X1.4	0,822	0,361	Valid
	X1.5	0,759	0,361	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,763	0,361	Valid
	X2.2	0,906	0,361	Valid
	X2.3	0,790	0,361	Valid
	X2.4	0,853	0,361	Valid
	X2.5	0,834	0,361	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0,939	0,361	Valid
	Y2	0,919	0,361	Valid
	Y3	0,548	0,361	Valid
	Y4	0,905	0,361	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan data tabel di atas, setiap item memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,361) yang artinya semua item pernyataan atau indikator dinyatakan valid..

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas harus dimungkinkan dengan memanfaatkan uji terukur *Cronbach Alpha*. Sebuah angket dikatakan reliabel, jika mendapat *Cronbach Alpha* > 0.60 dalam uji statistik. Juga, secara bergantian angket dinyatakan tidak reliabel jika *Cronbach Alpha* < 0,60. Berikutnya adalah konsekuensi dari uji reliabilitas instrumen.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficeince	Nilai Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Jasa (X1)	5 item	0,821	0,60	Reliabel
Harga (X2)	5 item	0,880	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	4 item	0,851	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

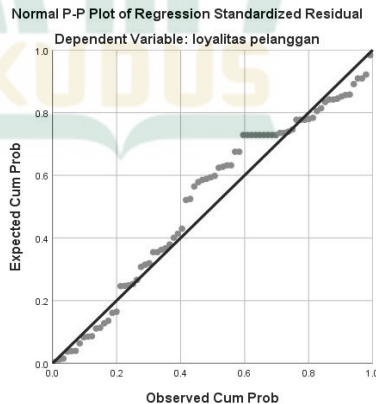
Berdasarkan data tabel, semua variabel yang diuji (X1, X2, dan Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memutuskan apakah dalam model regresi, nilai sisa yang timbul karena regresi disampaikan secara normal atau tidak. Tepatnya, model regresi adalah jika nilai residual berdistribusi secara normal.⁴ Berikut merupakan hasil uji normalitas:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)

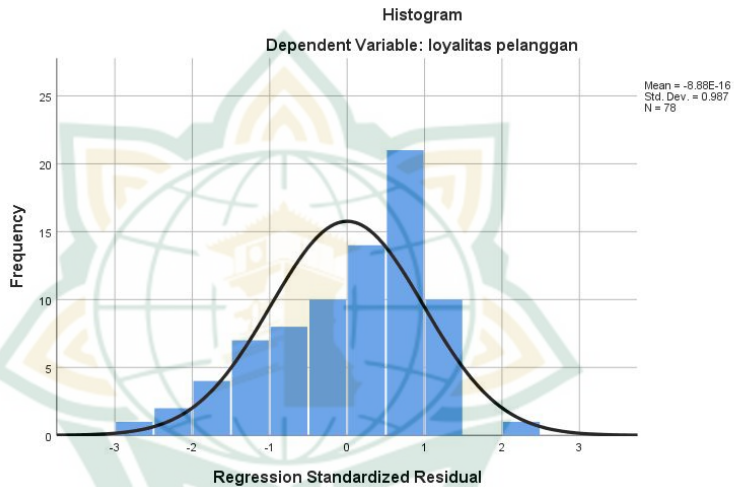


Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

⁴ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 108.

Berdasarkan pengujian di atas, disadari bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis sudut ke sudut, sehingga cenderung disimpulkan bahwa informasi tersebut disesuaikan secara teratur. Selain menggunakan metode grafik, peneliti juga menggunakan teknik histogram untuk menguji keteraturan/normalitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan pengujian di atas, diketahui bahwa grafik histogram dari data residual sudah menunjukkan distribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan kurva histogram yang memberikan pola distribusi yang membentuk lonceng yang sempurna.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menunjukkan hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Sebaiknya, persamaan regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas.⁵ Untuk melihat apakah model regresi mengandung multikolinearitas atau tidak adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *Varian Inflation Factor (VIF)*, jika toleran di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 dikatakan tidak

⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 116.

terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian antara dua faktor bebas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,014	1,592		0,009	0,993		
	Kualitas Jasa	0,707	0,131	0,704	5,387	0,000	0,357	2,802
	Harga	0,037	0,120	0,040	0,310	0,758	0,357	2,802

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.10 nilai toleransi untuk variabel kualitas jasa masing-masing sebesar 0,357, variabel harga 0,357 dan VIF masing-masing sebesar 2,802 dan 2,802. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada model regresi ini. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya nilai tolerance kedua variabel diatas 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji pengaruh variabel pengganggu dengan variabel bebas, untuk menentukan pengaruhnya dapat digunakan pendekatan *Durbin Watson*. Penanganan hasil informasi dengan menggunakan program SPSS form 25 adalah:

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	0,543	0,531	1,799	1,389

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Jasa (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui autokorelasi adalah uji *Durbin Watson (Dw Test)*, dengan aturan bahwasanya jika $du < dw < 4-du$. Sedangkan hasil riset yang didapatkan yaitu:

Tabel 4.12
Hasil Nilai Durbin Watson

Koefisien	Nilai
Durbin Watson	1,389
Dl	1,580
Du	1,685

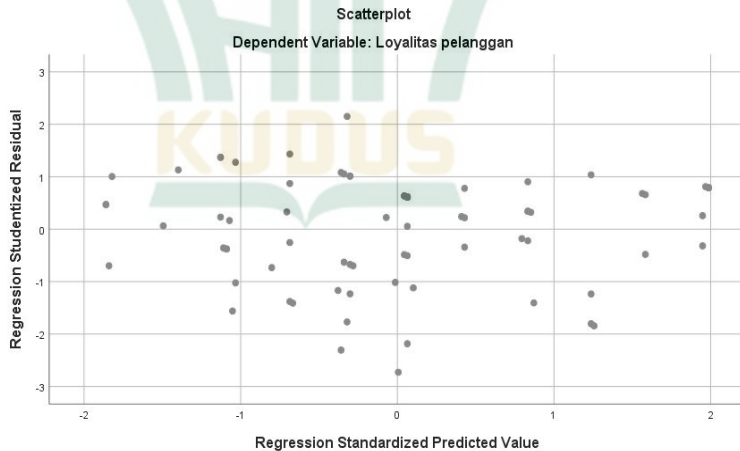
Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson adalah 1,389 dengan jumlah sampel (n) 78 dan jumlah variabel bebas (k) sebanyak 2, dengan signifikansi $\alpha = 5\%$, dL nilai adalah 1,580, dan nilai dU adalah 1,685. Hasil pengujian adalah $du < dw < 4-du$ ($1,685 < 1,389 < 2,315$), sehingga dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Uji ini dianggap dapat diterima jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas dalam tinjauan ini, digunakan model diagram *Scatterplot* pada SPSS 25 sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Sesuai dengan gambar di atas, terlihat sangat jelas bahwa diagram scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik

menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan titik-titik tidak membentuk pola kusus. Sehingga cenderung dinyatakan bahwa pada model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan harga) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Berdasarkan pengujian pengolahan SPSS windows 25.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	0,014
Kualitas Jasa (X1)	0,707
Harga (X2)	0,037

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Dari tabel diatas, dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi, yaitu:

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

$$Y = 0,014 + 0,707 X_1 + 0,037 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Loyalitas pelanggan

a : Konstanta

b1 : Koefesiensi regresi antara kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan

b2 : Koefesiensi regresi antara harga terhadap loyalitas pelanggan

X1 : Kualitas jasa

X2 : Harga

e : Standar eror

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) menunjukkan angka sebesar 0,14 yang berarti bahwa jika variabel kualitas jasa (X1) dan harga (X2) bernilai nol (konstan), maka variabel loyalitas pelanggan meningkat 0,014. Artinya apabila kedua variabel

bebas mengalami peningkatan, maka terjadi peningkatan terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Koefisien regresi kualitas jasa (X1) diperoleh sebesar 0,707. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel kualitas jasa (X1) mengalami peningkatan sebesar 1%, loyalitas pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,707%, koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan. Semakin bagus kualitas jasa maka konsumen akan loyal.
 - c. Koefisien harga (X2) diperoleh sebesar 0,037. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel harga (X2) mengalami peningkatan sebesar 1%, loyalitas pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,037%. koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara harga dengan loyalitas pelanggan.
2. **Uji Koefisien Determinasi (R²)**

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam memberitahukan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) berkisar antara 0 – 1.⁶ Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) yaitu loyalitas pelanggan, kemudian variabel bebas atau independen yaitu kualitas jasa (X1) dan harga (X2). Hasil uji analisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.531	1.799

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R sebesar 0,737, maka dapat dijelaskan bahwa kontribusi variabel kualitas jasa (X1) dan harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 73,7%. Jadi besarnya pengaruh variabel kualitas jasa (X1) dan harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah 73,7%. Sedangkan sisanya (100% -

⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Pendidikan dan Eksperimen* 141.

73,7% = 26,3%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

3. Uji t Parsial

Pengujian ini digunakan untuk menguji secara parsial (secara individual) apakah variabel bebas yang mencakup dari kualitas jasa serta harga berpengaruh terhadap variabel terikat yang mana ialah loyalitas pelanggan. Uji t dapat diketahui dengan membandingkan t hitung dengan t tabel serta signifikansi > 0,05. Bila pada uji t tingkatan signifikansi < 0,05 maka variabel bebas secara parsial atau individu dinyatakan mempengaruhi variabel terikat. Tabel distribusi t dicari derajat kebebasan (df) n-k-1 atau (df = jumlah sampel – jumlah variabel bebas – 1). Maka dapat diperoleh (df = 78-2-1) dengan tingkat signifikansi (a = 5%). Dalam mencari t tabel tingkat signifikansi 0,05:2 = 0,025 (uji dua sisi). Jadi, df = 78-2-1 = 75, maka didapat t tabel sebesar 1,992, hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,014	1,592		0,009	0,993
	Kualitas Jasa	0,707	0,131	0,704	5,387	0,000
	Harga	0,037	0,120	0,040	0,310	0,758

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan hasil pengujian t adalah:

- a. Variabel kualitas jasa (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,387 dengan nilai t tabel sebesar 1,992 dan nilai signifikan sebesar 0,00 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Artinya t hitung lebih besar dari t tabel (5,387 > 1,992), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima (ada pengaruh dan signifikan). Jadi kesimpulannya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Ninja Xpress Cabang Demak.

- b. Variabel harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai thitung sebesar 0,310 dengan nilai t tabel sebesar 1,992 dan nilai signifikan sebesar 0,758 > 0,05 (tingkat signifikan). Artinya t hitung lebih kecil dari t tabel (0,310 < 1,992), sehingga Ho diterima dan Ha ditolak. Jadi kesimpulannya harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Ninja Xpress Cabang Demak.

4. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mrnguji apakah secara simultan variabel bebas (kualitas jasa dan harga) mempunya pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan). Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) n-k-1 dimana n merupakan banyaknya sampel dan k merupakan banyaknya variabel bebas. Pengujiannya dengan membandingkan F hitung dengan F tabel yang memiliki kriteria jika F hitung > dari F tabel dengan probabilitas tingkat signifikansi 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sebaliknya jika F hitung < dari F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak. Berikut ini hasil pengujian hipotesis secara simultan:

Uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel bebas (kualitas jasa dan harga) selama ini berpengaruh positif dan sginifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan). Tabel distribusi t dicari tingkat peluang (df) n-k-1 di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Pengujiannya adalah membandingkan F hitung dan F tabel yang memenuhi standar jika F hitung > dari F tabel dengan kemungkinan tingkat signifikansi 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, maka lagi jika F hitung < dari F tabel , Ho di terima dan Ha ditolak. Berikutnya adalah hasil dari pengujian hipotesis secara simultan:

Tabel 4.16
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288,478	2	144,239	44,552	.000 ^b
	Residual	242,817	75	3,238		
	Total	531,295	77			

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji F diperoleh nilai F tabel untuk $df = 78-2-1 = 75$ dengan taraf signifikan 5% (0,05) maka dapat diperoleh F tabel = 3,12. Dengan demikian nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($44,552 > 3,12$) dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel bebas (kualitas jasa dan harga) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya kualitas jasa dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Ninja Xpress Cabang Demak. Berdasarkan data penelitian, maka dilakukan pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan pada Ninja Xpress Cabang Demak memperoleh nilai t hitung sebesar 5,387 dengan nilai t tabel 1,992 dan nilai signifikan 0,00 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($5,387 > 1,992$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Sehingga kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Ninja Xpress.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laura Deborayang berjudul “pengaruh kualitas jasa, kemudahan transaksi dan promosi terhadap loyalitas konsumen pt xyz: kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi” dengan hasil bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.⁷

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa merupakan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Ninja Xpress Cabang Demak. Nilai koefisien variabel kualitas jasa sebesar 0,707 artinya setiap kenaikan variabel kualitas jasa sebesar 1 poin, maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,707.

⁷ Laura Deboraya, “Pengaruh Kualitas Jasa Kemudahan Transaksi, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Pt Xyz: Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 02, No.6, November, 2018, 83.

2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian statistik pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,310 dengan nilai t tabel 1,992 dan nilai signifikan 0,758 > 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,310 < 1,992$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Ninja Xpress Cabang Demak.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Okla Hanifa, Tri Kurniawati dan Rose Rahmidani yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang” dengan hasil bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.⁸ Akan tetapi penelitian ini tidak serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Salman Farisi dan Qahfi Romula Siregar dengan judul “pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online di kota medan” dengan hasil harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.⁹

3. Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas jasa dan harga merupakan aspek sangat penting untuk loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($44,552 > 3,12$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas jasa dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ninja Xpress Cabang Demak. Hasil koefisien determinasi yaitu nilai R (R^2) = 0,737, hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Ninja Xpress Cabang Demak dipengaruhi oleh kualitas jasa dan harga sebesar 73,7%. Sedangkan sisanya sebesar 26,3%) dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

⁸ Okla Hanifa, Tri Kurniawati dan Rose Rahmidani, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang”, *Ecogen*, Vol.1, No.4, 2018, 801.

⁹ Salman Farisi dan Qahfi Romula Siregar, “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan”, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol. 3 No. 1, 2020, 148.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andri Winata dan Isnawan Ahlul Fiqri yang berjudul “pengaruh harga dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan hotel emersia di Bandar Lampung” bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga dan kualitas jasa secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Emersia Di Bandar Lampung.¹⁰



¹⁰ Andri Winata dan Isnawan Ahlul Fiqri, “Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung”, *Jurnal Manajemen Magister*, Vol 03. No.02, 2017, 145.