

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

###### a. Sejarah Sales Counter JNE Agen Ngemplak

Bermula dari sebuah keinginan yang menjadi kenyataan. Dimulai sejak tahun 2018 pada waktu itu Bapak M. Chusnul Hana memiliki bisnis *online* yaitu tas souvenir dan foto polaroid yang sering digunakan untuk acara ulang tahun, hajatan dan lain-lain. Awalnya mereka mencoba berjualan melalui media sosial berupa Shopee, Tokopedia, Lazada, Facebook dan lain-lain. Awalnya tidak ada yang membeli tas souvenir tersebut, lalu Bapak Hana mencoba memberi kesan unik dipostingnya agar pelanggan tertarik. Usahanya berhasil dan banyak yang berminat untuk mememesannya. Sehingga setiap hari mengharuskan mengirim barang tas souvenir kepada yang memesan melalui situs media *online* dan pengiriman paling banyak melalui agen pengiriman barang JNE (Jalur Nugroho Ekakurir) yang biaya ongkir sekitar bisa sampai Rp 200.000 per harinya.

Dan semakin kesini tas souvenir semakin laku di pasaran *online* dan pemesan kebetulan yang paling banyak dari luar kota dan mengharuskan untuk menggunakan jasa pengiriman barang. Karena melihat usahanya yang semakin ramai, lalu Bapak Hana mulai berfikir “mengapa saya tidak mendirikan jasa pengiriman barang saja ya yang sejalan dengan bisnisku”, dengan demikian Bp Hana memilih JNE karena kebanyakan yang memesan tas souvenir di toko *onlinesaya* memilih jasa pengiriman JNE dan juga kebetulan di daerah Ngemplak dan sekitarnya belum ada jasa pengiriman JNE.

Pada waktu itu Bapak Hana mulai mengurus surat-surat dan data-data yang menjadi persyaratan pendirian JNE di JNE Pusat yang berada di Jl. Bhakti No. 68 Rendeng Kudus. Dalam mendirikan JNE tentu tidaklah mudah Bapak Hana harus melalui kesulitan dan

kebetulan di JNE pusat ada teman dekat saya mau membantu dalam mendirikan JNE tersebut. Dan akhirnya pada tanggal 9 Agustus 2019 saya berhasil mendirikan JNE dan saya beri nama Sales Counter JNE Express Agen Ngempak. Setelah beberapa bulan berjalan dan Alhamdulillah JNE berjalan dengan lancar walaupun mengalami naik turun dalam pendapatan. Tetapi disini Bapak Hana tidak hanya mempunyai usaha JNE saya Bapak Hana mempunyai usaha sampingan tas souvenir yang dirintis dari awal dan sampaisekarang masih berlanjut dan beliau berfikir untuk menambah usaha onlinenya seperti kipas, stiker dengan model yang berbeda-beda. Dan kebetulan juga istrinya juga memiliki usaha konveksi baju anak-anak. Bisnis onlinenya berkembang sangat pesat hingga saat ini. Itulah sejarah singkat berdirinya Counter JNE Express Agen Ngempak.<sup>1</sup>

b. Visi, Misi dan Tujuan Counter JNE Express Agen Ngemplak

Adapun visi, misi dan tujuan dari Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak sebagai berikut:

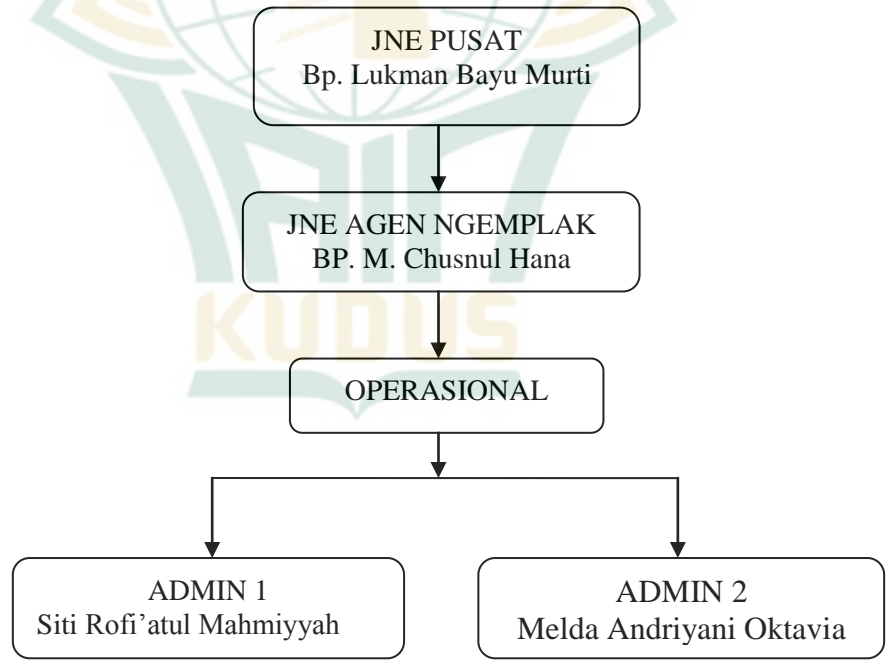
- 1) Visi  
“Memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa pengiriman dengan manajemen resiko yang handal dan terpercaya oleh masyarakat seluruh Indonesia”.
- 2) Misi
  - a. Memanfaatkan perkembangan teknologi informasi secara tepat.
  - b. Untuk memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan secara konsisten.
  - c. Menjadi sebuah perusahaan jasa berstandar layanan internasional.
- 3) Tujuan
  - a. Meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan mengedepankan nilai-nilai sosial dan mengutamakan kepuasan anggota.

---

<sup>1</sup> M Chusnul Hana, wawancara oleh penulis, 7 ferbruari, 2020, wawancara 1, transkip.

- b. Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja untuk berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan keberlangsungan hidup perusahaan.
  - c. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas.<sup>2</sup>
- c. Struktur Organisasi SalesCounter JNE Agen Ngemplak
- Dalam menjalankan sebuah usaha dan untuk tercapainya sebuah tujuan yang diinginkan. Maka, diperlukan sebuah struktur organisasi yang baik, sehingga bisa diketahui tugas dan tujuan dari masing-masing individu dalam menjalankan tugasnya. Adapun struktur organisasi Counter JNE Agen Ngemplak Kudus adalah sebagai berikut<sup>3</sup>:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi JNE Ngemplak**



<sup>2</sup>M Chusnul Hana, wawancara oleh penulis, 7 ferbruari, 2020, wawancara 2, transkip.

<sup>3</sup>M Chusnul Hana, wawancara oleh penulis, 7 ferbruari, 2020, wawancara 1, transkip.

## 2. Analisis Data

### a. Uji Pra Syarat Insutrumen

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung pada tabel *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$  (dimana  $n$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah konstruk) dengan taraf signifikan 0,05, jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.<sup>4</sup>

Berikut adalah tabel hasil uji validitas item dari masing-masing variabel:

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Validitas Instrumen**

variabel	Item	Corrected total Correlation ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
Kinerja Pelayanan (X.1)	X.1	0,763	0,361	Valid
	X.2	0,726	0,361	Valid
	X.3	0,624	0,361	Valid
	X.4	0,858	0,361	Valid
	X.5	0,858	0,361	Valid
	X.6	0,893	0,361	Valid
	X.7	0,853	0,361	Valid
	X.8	0,667	0,361	Valid
Kepercayaan (X.2)	X2.1	0,509	0,361	Valid
	X2.2	0,846	0,361	Valid

<sup>4</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Undip, 2018), 51.X3.5

	2		1	
	X2. 3	0,733	0,36 1	Valid
	X2. 4	0,925	0,36 1	Valid
	X2. 5	0,885	0,36 1	Valid
	X2. 6	0,920	0,36 1	Valid
	X2. 7	0,863	0,36 1	Valid
	X2. 8	0,727	0,36 1	Valid
Ketepatan Waktu Pengiriman (X.3)	X3. 1	0,855	0,36 1	Valid
	X3. 2	0,791	0,36 1	Valid
	X3. 3	0,726	0,36 1	Valid
	X3. 4	0,615	0,36 1	Valid
	X3. 5	0,573	0,36 1	Valid
	X3. 6	0,822	0,36 1	Valid
	X3. 7	0,870	0,36 1	Valid
	X3. 8	0,898	0,36 1	Valid
	X3. 9	0,838	0,36 1	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y.1	0,629	0,36 1	Valid
	Y.2	0,851	0,36 1	Valid
	Y.3	0,688	0,36 1	Valid
	Y.4	0,818	0,36 1	Valid

Y.5	0,752	0,36 1	Valid
Y.6	0,756	0,36 1	Valid
Y.7	0,688	0,36 1	Valid
Y.8	0,747	0,36 1	Valid
Y.9	0,434	0,36 1	Valid

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics*

16.0

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Kinerja Pelayanan  
Pada variabel kinerja Pelayanan terdiri dari 8 (delapan) item pertanyaan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif.
2. Kepercayaan  
Pada variabel kepercayaan terdiri dari 8 (delapan) item pertanyaan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif.
3. Ketepatan Waktu Pengiriman  
Pada variabel Ketepatan Waktu Pengiriman terdiri dari 9 (sembilan) item pertanyaan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif.
4. Loyalitas Pelanggan  
Pada variabel Loyalitas Pelanggan terdiri dari 9 (sembilan) item pertanyaan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan selalu stabil atau

konsisten dari waktu ke waktu, maka recara reliabel atau handal dapat dinyatakan sebagai suatu kuesioner.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach*>0,70.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coefficients	<i>Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Kinerja Pelayanan (X1)	8 Item	0,907	0,70	Reliabel
Kepercayaan (X2)	8 Item	0,921	0,70	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman (X3)	9 Item	0,915	0,70	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	9 Item	0,866	0,70	Reliabel

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Berdasarkan uraian diatas hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa nilai *CronbachAlpha* dalam masing-masing variabel X1, X2, X3 dan Y memperoleh hasil > 0,70 dengan demikian, reliabilitas dari variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

## **b. Analisis Deskriptif**

### **1. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden perlu disajikan dalam penelitian ini guna menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang memberikan infoemasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian penyajian data deskropsi penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik menjadi enam jenis, yaitu:

<sup>5</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 169.



#### a) Berdasarkan usia

Dari hasil penyebaran kuesioner dilapangan dan perhitungan yang sudah dilakukan karakteristik berdasarkan usia adalah:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase (%)
10 – 20 Tahun	15	15.3%
21 – 30 Tahun	50	51.0%
31 – 40 Tahun	20	20.4%
> 40 Tahun	13	13.3%
Jumlah	98	100%

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa responden yang berusia 10 – 20 tahun sejumlah 15 orang dengan presentase (15.3%), responden yang berusia 21 – 30 tahun sejumlah 50 orang (51.0%), responden yang berusia 31 – 40 tahun sejumlah 20 orang dengan presentase (20.4%) dan yang berusia lebih dari 40 tahun sejumlah 13 orang dengan presentase (13.3%). Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas responden yang berusia 21 – 30 tahun.

#### b) Berdasarkan Status

Dari data mengenai penyebaran kuesioner dilapangan dengan perhitungan yang sudah dilakukan karakteristik responden berdasarkan status, dalam tabel 4.7 dapa dilihat bahwa:



**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Berdasarkan Status**

Status	Jumlah	Presentase (%)
Belum Menikah	59	60.2%
Sudah Menikah	39	39.8%
Jumlah	98	100 %

*Sumber: Hasil Olah Datadengan SPSS Statistics 16.0*

Tabel di atas, ditunjukkan jika karakteristik berdasarkan status, didapatkan hasil bahwa yang berstatus belum menikah terdapat 59 orang dengan presentase (60.2%) dan yang berstatus sudah menikah terdapat 39 orang dengan presentase (39.8%). Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berstatus belum menikahdengan presentase 60.2%.

**c) Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dari kuesioner yang disebarakan didapati data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Berdasarkan jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	66	67.3%
Laki - laki	32	32.7%
Jumlah	98	100 %

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Dari tabel di atas, terdapat jumlah 66 orang dengan presentase sebesar (67,3%) berjenis kelamin perempuan dan didapati jga hasil yang berjumlah 32 orang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase (32.7%).

Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan presentasenya sebesar 67.3%.

**d) Berdasarkan Pekerjaan**

Adapun karakteristik responden penelitian berdasarkan pekerjaan yang dijalani saat ini didapati data, sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	13	13,3%
Pegawai Negeri	14	14,3%
Ibu Rumah Tangga	18	18,4%
Wiraswasta	33	33,7%
Karyawan Swasta	20	20,4%
Jumlah	98	100%

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Berdasarkan perhitungan data yang telah dilakukan pada tabel di atas. Maka jumlah responden sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 13 responden dengan presentase (13,3%), dan terdapat 14 responden dengan presentase (14,3%) jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai negeri, dan sebanyak 18 responden dengan presentase (18,4%) responden yang menjadi ibu rumah tangga, sebanyak 33 responden dengan presentase (33,7%) responden telah bekerja sebagai wiraswasta, dan 20 responden dengan presentase (20,4%) telah bekerja sebagai karyawan swasta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi responden dalam penelitian ini bekerja sebagai wiraswasta dengan presentase (33,7%).

### e) Berdasarkan Pendidikan

Berikut ini adalah data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, terlihat pada tabel:

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SD/MI	1	1,0%
SMP/MTS	8	8,2%
SMA/SMK/MA	39	39,8%
Sarjana (S1/S2/S3)	42	42,9%
Diploma (D1/D2/D3)	8	8,2%
Jumlah	98	100%

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Dari data di atas yang telah dilakukan, mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh, didapatkan hasil bahwa yang pendidikan tamatan SD/MI sebanyak 1 responden dengan presentase (1,0 %), yang pendidikan tamatan SMP/MTS sebanyak 8 responden dengan presentase (8.2%), yang pendidikan tamatan SMA/SMK/MA sebanyak 39 responden dengan presentase (39.8%), yang pendidikan tamatan Sarjana (S1/S2/S3) sejumlah 42 responden dengan presentase (42,9%) dan yang pendidikan tamatan Diploma (D1/D2/D3) sebanyak 8 presentase dengan presentase (8.2 %). Sehingga terdapat kesimpulan pada penelitian ini responden yang mendominasi adalah yang pendidikan terakhirnya tingkat Sarjana (S1/S2/S3) dengan presentase (42,9%).

**f) Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

Adapun data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan, dapat dilihat dalam tabel 4 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Karakteristik Berdasarkan**  
**Pendapatan Perbulan**

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Presentase (%)
Rp. 0 – Rp 1.000.000	16	16,3%
Rp. 1.000.00 – Rp.2.000.000	27	27,6%
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	30	30,6%
> Rp. 3.000.000	25	25,5%
<b>Jumlah</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Dari perhitungan statistik yang telah dilakukan, mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan, didapati hasil bahwa yang berpendapatan Rp. 0 – Rp 1.000.000 terdapat 16 responden dengan presentase (16.3%), yang berpendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 terdapat 27 responden dengan presentase (27.6%), yang berpendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 terdapat 30 responden dengan presentase (30,6%) dan yang berpendapatan lebih dari Rp. 3.000.000 terdapat 25 responden dengan presentase (25,5%). Jadi, didapati kesimpulan bahwa mayoritas responden yang pendapatkan perbulan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 dengan presentase (30,6%).

## 2. Deskripsi Angket

### a) Variabel Kinerja Pelayanan (X1)

Pada variabel kinerja pelayanan terdapat 8 item pertanyaan, di mana dijelaskan pada tabel, sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Frekuensi Variabel Kinerja Pelayanan**

Variabel Kinerja Pelayanan										
Ite m	Total STS	%	Tota l TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tota l SS	%
(X1 .1)	0	0, 0	0	0, 0	43	43 ,9	53	54 ,1	2	2, 0
(X1 .2)	0	0, 0	0	0, 0	28	28 ,6	59	60 ,2	11	11 ,2
(X1 .3)	0	0, 0	0	0, 0	27	27 ,6	61	62 ,2	10	10 ,2
(X1 .4)	0	0, 0	0	0, 0	37	37 ,8	57	58 ,2	4	2, 1
(X1 .5)	0	0, 0	0	0, 0	27	27 ,6	59	60 ,2	12	12 ,2
(X1 .6)	0	0, 0	0	0, 0	22	22 ,4	63	64 ,3	13	13 ,3
(X1 .7)	0	0, 0	0	0, 0	37	37 ,8	59	60 ,2	2	2, 0
(X1 .8)	0	0, 0	0	0, 0	28	28 ,6	57	57 ,1	14	14 ,3

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Menurut hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa:

Pada item pertanyaan (X1.1), jawaban responden mengenai karyawan memberikan pelayanan dengan baik dan sopan. Di mana terdapat 43 responden menjawab netral, 53 menjawab setuju dan 2 menjawab sangat setuju. Di karenakan di JNE Express Ngemplak memberikan pelayanan dengan baik dan sopan sehingga pelanggan suka dan melakukan pengiriman kembali.

Pertanyaan pada item(X1.2), jawaban responden mengenai karyawan JNE selalu memberikan keramahan dalam memberikan pelayanan. Di mana terdapat 28 responden menjawab netral, 59 menjawab setuju dan 11 responden menjawab sangat setuju. Dikarenakan di JNE pelayananya cepat dan tepat sehingga pelanggan tidak merasa melama menunggu prosesnya.

Pada item pertanyaan (X1.3), jawaban responden mengenai karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan pelanggan. Di mana responden yang menjawab netral sebanyak 27 responden, dan responden yang menjawab setuju sebanyak 61 responden dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 10responden.Dikarenakan lokasinya yang strategis dan dapat dijangkau.

Pada item pertanyaan item (X1.4), jawaban responden mengenai kesediaan karyawan dalam menangani membantu pelanggan. Di mana 37 responden menjawab netral, 57 responden menjawab setuju dan 4 responden menjawab sangat setuju. Karena memberikan fasilitas yang memadai dan nyaman.

Pada item pertanyaan (X1.5), jawaban responden mengenai karyawan JNE memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.

Di mana terdapat responden yang menjawab netral sebanyak 27 responden, responden yang menjawab setuju berjumlah 59 dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 responden. Karena karyawan memberikan tempat parkir yang memadai dan aman.

Pertanyaan pada item(X1.6), jawaban responden mengenai karyawan JNE cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan pengiriman barang. Terdapat 22 responden menjawab netral, yang menjawab setuju berjumlah 63 responden dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak menjawab setuju dan 13 responden. Karena JNE Express Ngemplak ramah dan bersahabat terhadap pelanggan yang mengirim barang.

Pada item pertanyaan (X1.7), jawaban responden mengenai karyawan JNE mampu memecahkan masalah yang dimiliki pelanggan. Di mana terdapat jawaban netral sebanyak 37 responden, terdapat juga jawaban setuju sebanyak 59 responden dan jawaban sangat setuju terdapat 2 responden.karena JNE Ngempak selalu mengutamakan kepentingan pelanggan terlebih dulu dibanding yang lain.

Pada item pertanyaan (X1.8), jawaban responden mengenai karyawan bersedia membantu pelanggan bila diperlukan. Di mana ada 28 orang menjawab netral, yang menjawab setuju ada 57 responden dan ada 14responden menjawab sangat setuju. Karena JNE Ngemplak memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan agar pelanggan paham akan cara dalam pengiriman barang.

#### **b) Variabel Kepercayaan (X2)**

Pada variabel kepercayaan terdapat 8 item pertanyaan, terdapat hasil angka untuk variabel kepercayaan dijelaskan dalam tabel berikut:



**Tabel 4.10**  
**Frekuensi Variabel Kepercayaan**

Variabel Kepercayaan										
Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X1.1	0	0,0	0	0,0	36	36,7	42	42,9	20	20,4
X1.2	0	0,0	1	1,0	36	36,7	37	37,8	24	24,5
X1.3	0	0,0	2	2,0	30	30,6	40	40,8	26	26,5
X1.4	0	0,0	2	2,0	34	34,7	35	35,7	27	27,6
X1.5	0	0,0	0	0,0	31	31,6	40	40,8	27	27,6
X1.6	0	0,0	0	0,0	32	32,7	41	41,8	25	25,5
X1.7	0	0,0	0	0,0	33	33,7	36	36,7	29	29,6
X1.8	0	0,0	0	0,0	40	40,8	37	37,8	21	21,4

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Menurut hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa:

Pada item pertanyaan (X2.1), jawaban mengenai karyawan bekerja sesuai dengan harapan pelanggan. Di mana terdapat 36 responden menjawab netral, 42 responden menjawab setuju dan 20 responden menjawab sangat setuju.

Pertanyaan dalam pertanyaan (X2.2), jawaban mengenai kepercayaan pelanggan terhadap JNE karena pelayanan karyawannya. Di mana terdapat 1 responden menjawab tidak setuju, 36 responden menjawab netral, 37 menjawab setuju dan 24 menjawab sangat setuju.

Item pertanyaan pada (X2.3), jawaban responden mengenai saya merasa jasa pengiriman JNE dapat diandalkan. Di mana

terdapat 2 responden menjawab tidak setuju,30 responden menjawab netral,40responden menjawab setuju dan 26 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X2.4), jawaban responden mengenai saya merasa JNE mampu menjaga keamanan barang yang dikirim. Di mana terdapat2 responden menjawab tidak setuju, 34 responden menjawab netral, 35 reponden menjawab setuju dan 27 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X2.5), jawaban mengenai saya percaya JNE sudah bekerja sesuai dengan standar atau sesuai prosedur. Di mana terdapat 31 responden mejawab netral, yang menjawab setuju ada 40 responden dan yang menjawab sangat setuju ada 27 responden.

Item pertanyaan pada (X2.6), jawaban mengenai saya merasa pelayanan yang diberikan selalu konsisten. Di mana terdapat jawaban netral sebanyak 32 responden, juga terdapat jawaban setuju sebanyak 41 responden dan terdapat jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden.

Pada item pertanyaan (X2.7), jawaban mengenai JNE adalah pengiriman barang yang terpercaya. Di mana yang menjawab netral terdapat 33 reponden, 3yang menjawab setuju terdapat 6 reponden dan responden yang menjawab sangat setuju terdapat 29 respoden menjawab.

Pada item pertanyaan (X2.8), jawaban mengenai saya percaya perusahaan JNE dapat bertahan lama. Di mana 40 reponenden menjawab netral, terdapat jawaban setuju sebanyak 37 responden dan jawaban sangat setuju didapati sebanyak 29 responden.

#### c) **Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X3)**

Pada variabel ketepatan waktu pengiriman terdapat 8 item pertanyaan, didapati hasil dalam

variabel ketepatan waktu pengiriman dapat di lihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Frekuensi Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman**

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman										
Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X3.1	0	0,0	0	0,0	41	41,8	41	41,8	16	16,3
X3.2	0	0,0	0	0,0	45	45,9	35	35,7	18	18,4
X3.3	0	0,0	0	0,0	38	38,8	43	43,9	17	17,3
X3.4	0	0,0	1	1,0	45	45,9	41	45,9	11	11,2
X3.5	0	0,0	0	0,0	52	53,7	34	34,7	12	12,2
X3.6	0	0,0	0	0,0	45	45,9	37	37,8	16	16,3
X3.7	0	0,0	0	0,0	44	44,9	41	41,8	13	13,3
X3.8	0	0,0	0	0,0	38	38,8	46	46,9	14	14,3
X3.9	0	0,0	0	0,0	42	42,9	41	41,8	15	15,3

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0

Menurut hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa:

Pada item pertanyaan (X3.1), jawaban mengenai pihak JNE memberikan jaminan/garansi atas kehilangan dan kerusakan paket yang dikirim. Di mana terdapat 41 responden menjawab netral, 41 menjawab setuju dan 16 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X3.2), jawaban mengenai pengiriman paket yang dilakukan oleh JNE cepat dan tepat waktu sesuai dengan estimasi pengiriman. Di mana terdapat 45

responden menjawab netral, 35 responden menjawab setuju dan 18 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X3.3), jawaban mengenai saya merasa JNE mampu menjaga keamanan barang pelanggan yang dikirim. Di mana terdapat 38 responden menjawab netral, 43 responden menjawab setuju dan 17 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X3.4), jawaban mengenai karyawan mampu memberikan kemudahan dalam menyediakan kelengkapan dan ketepatan informasi kepada pelanggan. Di mana terdapat 1 responden menjawab tidak setuju, 45 responden menjawab netral, 41 responden menjawab setuju dan 11 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X3.5), jawaban mengenai tarif pengiriman barang relatif murah. Di mana terdapat 52 responden menjawab netral, 34 menjawab setuju dan 12 reponden menjawab sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas menjawab netral karena mengenai tarif pengiriman sesuai dengan jarak dan jenis yang pelanggan ambil.

Pada item pertanyaan (X3.6), jawaban mengenai saya merasa tariff pengiriman barang terlalu mahal. Di mana tedapat 45 responden menjawab netral, 37 responden menjawab setuju dan 17 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (X3.7), jawaban mengenai pihak JNE bertanggung jawab atas pengiriman barang. Di sini terdapat jawaban netral sebanyak 44 responden, dan jawaban setuju terdapat 41 responden dan jawaban sangat setuju didapati sebanyak 13 responden.

Pada item pertanyaan (X3.8), jawaban mengani pihak JNE bertanggung jawab atas kehilangan dan kerusakan barang pelanggan. Di

mana untuk yang menjawab netral ada 38 responden, untuk jawaban setuju ada 6 responden dan jawaban sangat setuju ada 14 responden.

Pada item pertanyaan (X3.9), jawaban mengenai saya merasa ketapatan waktu pengiriman barang adalah hal yang paling penting untuk diperhatikan. Di mana terdapat 42 jawaban netral yang dipilih responden, 41 jawaban setuju yang dipilih responden dan 15 jawaban sangat setuju yang dipilih responden.

#### d) Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Pada variabel loyalitas pelanggan terdapat 9 item pertanyaan, dapat dilihat hasil angka yang diperoleh variabel loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.12**  
**Frekuensi Variabel Loyalitas pelanggan**

Variabel Loyalitas Pelanggan										
Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Y1.1	0	0,0	0	0,0	40	40,8	41	41,8	17	17,3
Y1.2	0	0,0	0	0,0	40	40,8	36	36,7	22	22,4
Y1.3	0	0,0	0	0,0	37	37,8	40	40,8	21	21,4
Y1.4	0	0,0	1	1,0	40	40,8	43	43,9	14	14,3
Y1.5	0	0,0	0	0,0	53	54,1	32	32,7	13	13,3
Y1.6	0	0,0	0	0,0	44	44,9	38	38,8	16	16,3
Y1.7	0	0,0	0	0,0	43	43,9	36	36,7	19	19,4
Y1.8	0	0,0	0	0,0	35	35,7	40	40,8	23	23,5
Y1.9	0	0,0	0	0,0	41	41,8	38	38,8	19	19,4

.9		0		0		,8		,8		,4
----	--	---	--	---	--	----	--	----	--	----

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Menurut hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa:

Pada item pertanyaan (Y1.1), jawaban mengenai saya sering menggunakan jasa pengiriman barang di JNE. Di mana terdapat jawaban netral sebanyak 40 responden, sebanyak 41 reponden menjawab setuju dan menjawab sangat setuju sebanyak 17 reponden.

Pada item pertanyaan (Y1.2), jawaban responden mengenai bila saya memerlukan jasa pengiriman barang berupa paket atau dokumen berikutnya, saya akan menggunakan jasa JNE. Di mana 40 responden menjawab netral, 36 reponden menjawab setuju dan 22 responden menjawab sangat setuju.

Pada item Pertanyaan (Y1.3), jawaban mengenai saya akan menggunakan JNE kembali di masa yang akan datang. Di mana terdapat 37 responden menjawab netral, 40 responden menjawab setuju dan 21 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (Y1.4), jawaban mengenai saya sebagai pelanggan tidak akan menggunakan jasa pengiriman barang selain JNE. Di mana terdapat 1 responden menjawab tidak setuju, 40 responden menjawab netral, 43 responden menjawab setuju dan 14 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (Y1.5), jawaban mengenai saya bersedia memberikan informasi dan kesan positif terhadap pelayanan JNE. Di mana terdapat 53 reponden menjawab netral, 32 responden menjawab setuju dan 13 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (Y1.6), jawaban mengenai saya menjadikan JNE sebagai prioritas dalam pengiriman barang. Di mana terdapat 44 responden menjawab netral, 38



responden menjawab setuju dan 16 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (Y1.7), jawaban mengenai saya merekomendasikan jasa JNE kepada saudara dan kerabat di sekitas lingkungan saya. Di mana terdapat 43 responden menjawab netral, 36responden menjawab setuju dan 19 responden menjawab sangat setuju.

Pada item pertanyaan (Y1.8), jawaban mengenai saya berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan JNE. Di sini didapati jawaban netral sebanyak 35 responden, didapati jawaban setuju sebanyak 40 responden dan didapati jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden.

Pada item pertanyaan (Y1.9), jawaban mengenai menganggap JNE adalah pilihan utama untuk jasa pengiriman barang. Di sini terdapat jawaban netral sebanyak 41 responden, jawaban setuju sebanyak 38 responden dan jawaban sangat setuju ada 19 responden.

### c. Uji Asumsi klasik

#### 1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen (bebas) yang memiliki. Independen yang memiliki kemiripan akan mengakibatkan korelasi yang kuat. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan uagar terhindar dari proses pengambilan keputusan tentang pengaruh pada uji parsial antara kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan. Uji ini terlihat saat VIF (*variance inflation factor*) yang dihasilkan diantara 1-10 ( $VIF < 10$ ) tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil analisis uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.13, sebagai berikut:



**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

model	unstandardized		Standardized coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(constan)	,160	2.083		,077	,939		
Kinerja Pelayan	,307	,096	,264	3,195	,002	,408	2,451
Kepercayaan	,149	,049	,177	3,053	,003	,831	1,204
Ketepatan Waktu Pengiriman	,581	,092	,551	6,384	,000	,374	2,670

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

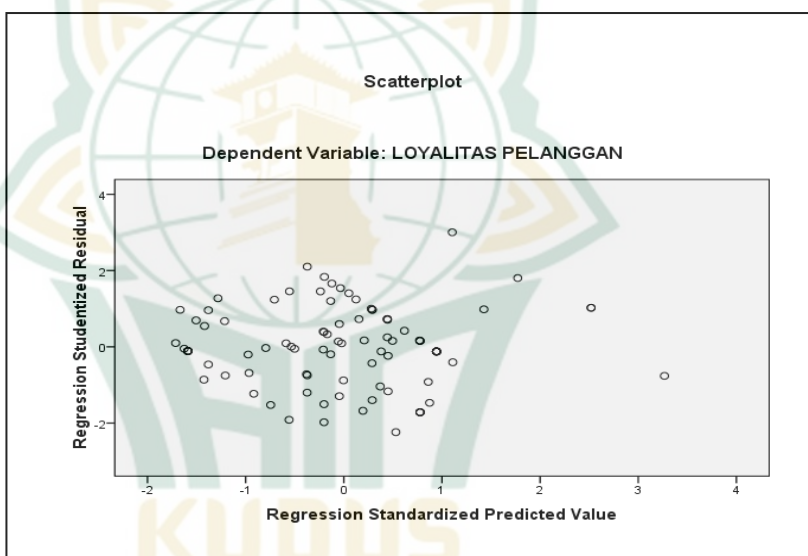
Telah diketahui berdasarkan hasil uji multikolinieritas mengenai variabel kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman memiliki nilai *tolerance* dari masing-masing sebesar 0,408, 0,831, 0,375 dan masing-masing VIF sebesar 2.451, 1.204, 2.670. Ditunjukkan tidak adanya variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 0,10 juga tidak terdapat variabel bebas yang memiliki VIF kurang dari 10. Jadi kesimpulannya tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan antara *variance residual* yang diamati. Dengan melihat metode grafik *Scatterplot* kita bisa memprediksi ada atau tidak suatu heteroskedastisitas tersebut.<sup>6</sup>

Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Metode Grafik**



*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS  
Statistics 16.0*

Dapat di lihat bahwa grafik Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. bisa disimpulkan bahwa tergolong data yang normal atau mendekati normal karena model dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model yang baik karena

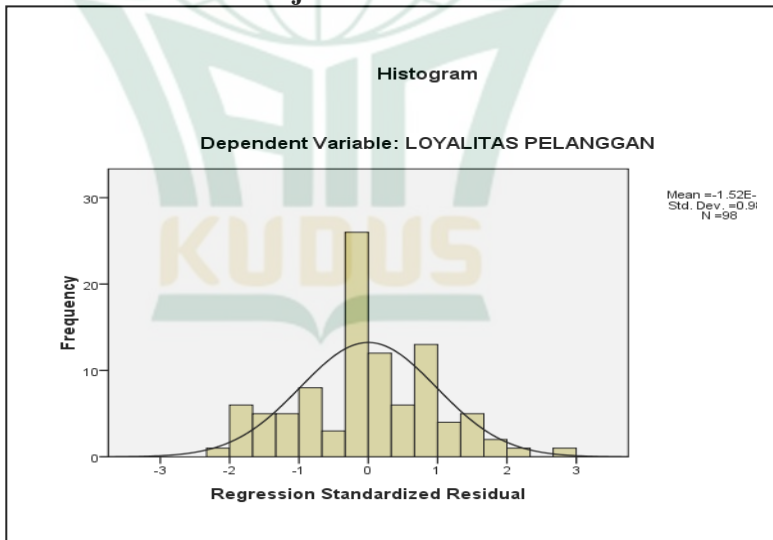
<sup>6</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 159-160.

merupakan model yang homoskedastisitas atau varians yang baik.

### 3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>7</sup> Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji normalitas data adalah dengan bentuk histogram atau menggunakan P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika paa grafik tersebut penyebaran datanya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memnuhi asumsi normalitas. Untuk mendeteksi memiliki distribusi normal atau tidak, dpat diligat pada histogram dan normal P-P Plot sebgai beriku:

**Gambar 4.3**  
**Uji Normalitas**

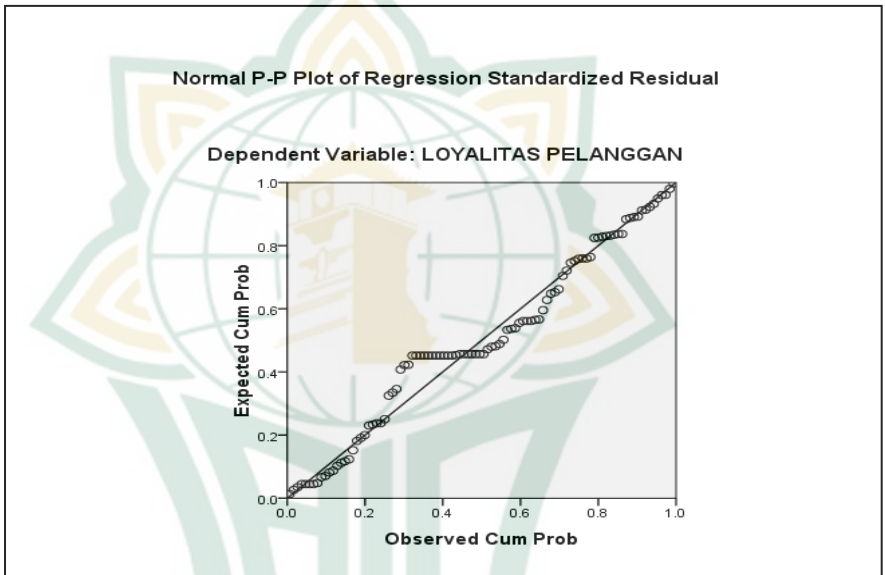


*Sumber: Hasil Olah Datadengan SPSS  
Statistics 16.0*

<sup>7</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Bandung: Badan Penerbit Undip, 2011), 105.

Pada grafik histogram menyatakan bahwa residual data telah menunjukkan kurva yang normal. Kurva normal yang berbentuk lonceng sempurna.

**Gambar 4.4**  
**Uji Normalitas**



*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Sedangkan grafik normal P-P plot, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Dari kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak menyalahi asumsi normalitas. Dengan ini dapat kesimpulan pada penelitian ini adalah model regresi yang memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena model regresi ini memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

#### **d. Uji Hipotesis**

##### **1. Uji Parsial (Uji-t)**

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu apakah berpengaruh terhadap variabel dependen. Tabel

distribusi  $t$  dapat dicari pada derajat kebebasan ( $df$ )= $n-k$ , dengan demikian  $t$  tabel diperoleh  $df=(98-4)$  atau derajat kebebasan 94 dengan signifikan 5%, maka  $t$  tabel sebesar 1,985.

Dapat dilihat pada tabel 4.13, apabila nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} <$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### 1) Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan perolehan diatas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,195 di mana akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 ini berarti  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $3,195 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima. Jadi dapat dikatakan variabel kinerja pelayanan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesisi alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan”, dari hasil penelitian memberikan bukti bahwa agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dibutuhkan adanya kinerja pelayanan yang baik dari karyawan JNE Express Ngempak Kudus.

### 2) Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan perolehan di atas nilai  $t$  hitung sebesar 2,233 di mana akan dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel sebesar 1,985 ini berarti nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $2,233 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat

pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan”. Dari hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa menciptakan loyalitas pelanggan harus mempunyai strategi kepercayaan sehingga pelanggan mampu menciptakan loyalitas yang tinggi.

### 3) Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Loyalitas pelanggan

Berdasarkan perolehan nilai  $t$  hitung sebesar 6,384 di mana akan dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel sebesar 1,985 ini berarti  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $6,384 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel pemahaman ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan”. Dari hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa menciptakan loyalitas pelanggan dengan strategi menggunakan ketepatan waktu pengiriman agar tercipta rasa loyal/setia pada pelanggan.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Kinerja Pelayanan, Kepercayaan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Agen Ngemplak dalam analisis regresi berganda.

Dari hasil data di atas, dapat dilihat pada tabel 4.13, maka persamaan regresi dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,077 + 3.195 + 3.053 + 6.384$$

Di mana:

$a$  : Koefisien Regresi

$X_1$  : Kinerja Pelayanan

$X_2$	: Kepercayaan
$X_3$	: Ketepatan Waktu Pengiriman
$Y$	: Loyalitas Pelanggan
$e$	: Kesalahan
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	: Koefisien Regresi Variabel Bebas

Dari perhitungan uji regresi linier berganda dapat dilihat bahwa:

$$Y = 0.160 + 0,307 + 0,149 + 0,581 + e$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa dalam persamaan regresi di atas, nilai koefisien konstanta sebesar 0,160 artinya tanpa adanya variabel kinerja pelayanan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan ketepatan waktu pengiriman ( $X_3$ ) maka Loyalitas pelanggan mencapai 0,160.

Jika nilai koefisien kinerja pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,307 artinya kinerja pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Jika koefisien kinerja pelayanan naik satu satuan, maka akan menaikkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di JNE. Sebesar 0,307 satuan

Jika nilai koefisien kepercayaan sebesar 0,149 artinya kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Jika koefisien kepercayaan naik satu satuan, maka akan menaikkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di JNE sebesar 0,149 satuan.

Jika nilai koefisien ketepatan waktu pengiriman di JNE sebesar 0,581 artinya ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Jika koefisien ketepatan waktu pengiriman naik satu satuan, maka akan menaikkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di JNE sebesar 0,581 satuan.

### 3. Uji F

Uji simultan memiliki tujuan mengetahui apakah semua variabel independen berpengaruh sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan uji F. Dengan membandingkan nilai



kritis  $F$  ( $F_{\text{tabel}}$ ) dengan nilai  $F_{\text{hitung}}$  ( $F$  ratio) yang terdapat pada tabel *analysis of variance* dari hasil perhitungan.<sup>8</sup>

**Tabel 4.14**  
**Table Anova untuk Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1232.756	3	410.919	88.143	.000 <sup>a</sup>
Residual	438.224	9	4.662		
Total	1670.980	12			

Sumber: Hasil Olah Datadengan SPSS Statistics 16.0

Hasil perhitungan yang diperoleh dari kolom nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 88.143. Karena  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $88.143 > 2,70$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya variabel kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman sama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman bersama-sama berpengaruh signifikan di JNE Express Ngemplak Kudus. Berdasarkan nilai pada kolom koefisien signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap Loyalitas pelanggan di Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil uji statistik analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

<sup>8</sup>Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), 71.

dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Table 4.15**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sub>a</sub>	.738	.729	2.159

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 16.0*

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam kolom *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,729, sebesar 72,9% menunjukkan pengaruh dari variabel independen, Ini menunjukkan perubahan peningkatan loyalitas pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus dapat dijelaskan oleh variabel kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman. sisanya 27,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji  $t$  yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $3,195 > 1,985$ . Koefisien kinerja pelayanan yang menunjukkan angka 0,307 yang merupakan bilangan positif memiliki arti bahwa kinerja pelayanan berpengaruh positif (searah) terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, signifikan yang menunjukkan

angka 0,002 berarti bahwa kinerja pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena angka tersebut lebih kecil dari 0,05 yakni  $0,002 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini membuktikan diterimanya hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh antara kinerja pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) pada Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Kinerja pelayanan berpengaruh positif memiliki arti semakin tinggi tingkat kinerja pelayanan kepada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019 maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas seorang pelanggan. Jadi, ketika terjadi kenaikan kinerja pelayanan sebesar 100% akan meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE Express Ngemplak Kudus sebesar 30,7%. Agar perusahaan atau bisnis pengiriman barang dapat menciptakan loyalitas pelanggan, maka pemilik usaha harus memperhatikan kinerja pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Sehingga perusahaan dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan pelanggan dengan mempertimbangkan kinerja dari pelayanan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Bonny Yosua setyaleksana benar adanya. Bahwa seorang pelanggan yang loyal terhadap suatu produk secara tidak sengaja ikut melakukan promosi pada suatu produk dalam perusahaan tersebut kepada orang-orang sekitarnya. Dan menjadikan produk tersebut menjadi yang paling utama di hati para pelanggan dan kemungkinan kecil mereka tidak akan pindah ke lain produk. Dengan demikian, melalui peningkatan kinerja pelayanan yang diberikan dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agus Budi Purwanti (2015), tentang "Pengaruh *Service Performance* dan *Relationship*

*Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pelayanan atau *Survive Performance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## 2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni  $3,050 > 1,985$ . Koefisien regresi kepercayaan menunjukkan angka 0,149 yang merupakan bilangan positif memiliki arti bahwa kepercayaan berpengaruh positif (searah) terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, signifikan yang menunjukkan angka 0,003 berarti bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena angka tersebut lebih kecil dari 0,05 yakni  $0,003 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini membuktikan diterimanya hipotesis ke dua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh antara kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) pada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Jadi ketika terjadi kenaikan kepercayaan sebesar 100% akan meningkatkan loyalitas pelanggan di JNE Express Ngemplak Kudus sebesar 14.9%. adanya kepercayaan sangatlah penting, karena dengan adanya kepercayaan maka akan meningkatkan peluang terjadinya loyalitas pelanggan di Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus telah melakukan strategi yang baik dalam pelanggan percaya akan produk yang diberikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Bonny Yosua setyaleksana benar adanya. Bahwa seorang pelanggan yang loyal terhadap suatu produk secara tidak sengaja ikut melakukan promosi pada suatu produk dalam perusahaan tersebut kepada orang-orang sekitarnya. Dan menjadikan produk tersebut menjadi

yang paling utama di hati para pelanggan dan kemungkinan kecil mereka tidak akan pinda kelian produk. Dengan demikian, melalui peningkatan kepercayaan yang diberikan dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi (2007) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PD.BPR Bank Pasar Kendal”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>9</sup>

### 3. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni  $6,384 > 1,985$ . Koefisien regresi ketepatan waktu pengiriman yang menunjukkan angka 0,581 yang merupakan bilangan positif memiliki arti bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif (searah) terhadap loyalitas pelanggan. Signifikan yang menunjukkan angka 0,000 berarti bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena angka lebih kecil dari 0,05 yakni  $0,000 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini membuktikan diterimanya hipotesis ke tiga (X3) yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh antara ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Express Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Jadi ketika terjadi kenaikan ketepatan waktu pengiriman sebesar 100% akan meningkatkan loyalitas

---

<sup>9</sup>Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD BPR Bank Pasar Kendal,” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 14, no. 2 (2007): 217.



pelanggan di JNE Express Ngemplak Kudus sebesar 5,81%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Bonny Yosua setyaleksana benar adanya. Bahwa seorang pelanggan yang loyal terhadap suatu produk secara tidak sengaja ikut melakukan promosi pada suatu produk dalam perusahaan tersebut kepada orang-orang sekitarnya. Dan menjadikan produk tersebut menjadi yang paling utama di hati para pelanggan dan kemungkinan kecil mereka tidak akan pindah ke lain produk. Dengan demikian, melalui peningkatan kepercayaan yang diberikan dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian penelitian Brillyan Jaya dan Mahfudz (2018) tentang “Analisis pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Kota Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>10</sup>

#### **4. Pengaruh Kinerja Pelayanan, Kepercayaan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini hasil dari uji signifikansi parameter simultan (Uji f) dapat diketahui bahwa variabel kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Sales Counter JNE Agen Ngemplak Kudus Tahun 2019. Hal ini dibuktikan dari hasil Anova, dapat  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (88,143 > 2,70) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka dalam model regresi dapat digunakan untuk

---

<sup>10</sup> Brillyan Jaya Sakti, Mahfudz, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang),” *Diponegoro Journal Of Management* 7, no. 4 (2018): 1.

memprediksi variabel loyalitas pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dapat dilihat pada penelitian ini hasil regresi linier berganda diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R Square sebesar 0,729 atau (72,9%). Yang menunjukkan bahwa presentase kinerja pelayanan, kepercayaan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan sebesar 73,8%, jadi sisanya sebesar 27,1% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dengan demikian ke tiga faktor tersebut merupakan harus mendapatkan perhatian secara bersama untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, karena adanya peningkatan loyalitas pelanggan juga merupakan salah satu yang dapat menunjang kesuksesan suatu usaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Adi Wahyu Nugraha dan Budi Sudaryanto tentang “Pengaruh Kinerja Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di Hira Cargo Cabang Semarang)” menyatakan bahwa secara simultan kinerja pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Brillyan Jaya dan Mahfudz (2018) tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Kota Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.