

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jastipsamaaku

Putri Melinda Lomi^{1*}, Iswati¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 15, 2024

Revised July 22, 2024

Accepted July 25, 2024

Available online July 29, 2024

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Jasa Titip; Jastipsamaaku

Keywords:

Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty; Entrustment Services; Jastipsamaaku



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

The independent variables in this study are service quality and customer satisfaction, while the dependent variable is customer loyalty. Service quality is measured through indicators of reliability, responsiveness, attention and accuracy. Customer satisfaction is measured through indicators of delivery time, ease of process, service quality and quality of goods. Customer loyalty is measured through indicators of repeat purchases, retention rates, brand satisfaction and the desire to recommend deposit services to others. The results of data analysis using multiple linear regression show that service quality and customer satisfaction have a significant influence on customer loyalty at jastipsamaaku. Good service quality increases customer satisfaction which in turn increases their loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jastipsamaaku. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebarikan kepada 60 responden yang merupakan pengguna jasa titip jastipsamaaku. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan diukur melalui indikator keandalan, responsifitas, perhatian dan ketepatan. Kepuasan pelanggan diukur melalui indikator waktu pengiriman, kemudahan proses, kualitas layanan dan kualitas barang. Loyalitas pelanggan diukur melalui indikator pembelian ulang, tingkat retensi, kepuasan merek dan keinginan untuk merekomendasikan jasa titip kepada orang lain. Hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jastipsamaaku. Kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Jastipsamaaku. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data was collected through questionnaires distributed to 60 respondents who were users of Jastipsamaaku deposit services.

1. PENDAHULUAN

Maumere, sebagai salah satu kota yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia, mengalami perkembangan yang pesat dalam sektor jasa, termasuk layanan jasa titip. Layanan jasa titip menjadi salah satu pilihan utama masyarakat Maumere dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama dalam hal pengiriman barang dan barang belanjaan.

Dalam pasar yang semakin kompetitif, keberhasilan sebuah layanan titip tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan tetapi juga sejauh mana pelanggan merasa puas dengan layanan tersebut. Selain itu, loyalitas pelanggan juga merupakan faktor kunci yang menentukan kesuksesan jangka panjang dari sebuah usaha jasa titip. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada layanan titip di Maumere.

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Loyalitas pelanggan berarti komitmen pelanggan terhadap merek, toko, dan pemasok, dan didasarkan pada sikap yang sangat positif dari pelanggan dan tercermin dalam perilaku pembelian positif mereka (Tjiptono, dalam Zahara, 2020).

*Corresponding author

E-mail addresses: putrimelindalomi@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dengan mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa titip di masyarakat Maumere. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai komponen yang memengaruhi loyalitas pelanggan, penyedia jasa titip dapat meningkatkan strategi mereka untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru, sehingga memperkuat posisi bisnis mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pada tingkat yang lebih luas, pemahaman tentang komponen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan konteks jasa titip di Maumere juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri jasa secara keseluruhan. Implikasi penelitian ini dapat membantu pengambil kebijakan, manajer bisnis, dan praktisi industri jasa untuk mengembangkan rencana yang lebih efektif dalam memperbaiki dan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Menurut Arifin (2017), populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh subjek yang relevan, yang dapat berupa orang, benda, atau hal lain yang memberikan informasi penting untuk penelitian. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang ditargetkan adalah individu yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan perhitungan Structural Equation Modeling (SEM) yang menyarankan jumlah sampel minimum sebesar 60 dan maksimum 120. Penulis berhasil mengumpulkan data dari 60 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden menggunakan platform Google Form, yang memungkinkan penulis untuk menjangkau responden secara efisien dan mengumpulkan data dalam bentuk yang mudah dianalisis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik statistik. Uji kuantitatif mencakup uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensi instrumen pengukuran. Uji asumsi klasik, seperti uji normalitas dan multikolinearitas, dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis regresi. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel-variabel independen dan dependen, sementara uji hipotesis seperti uji koefisien determinasi (R^2), uji statistik t, dan uji statistik F digunakan untuk menguji signifikansi hubungan tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis

Uji Kuantitatif

Uji Validitas

Uji validitas kuesioner untuk variabel Promosi (X1) pada penelitian ini dilakukan terhadap 60 orang responden dengan df sebanyak 60 responden dan rtabel sebesar 0,254. Tabel berikut menampilkan hasil uji validitas:

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	sig	Ket
1	Saya yakin bahwa layanan jasa titip ini akan selalu mengirimkan barang saya tepat waktu	0,747	0,254	<0,01	Valid
2	Saya jarang mengalami keterlambatan dalam pengiriman barang melalui layanan jasa titip ini	0,711	0,254	<0,01	Valid
3	Saya merasa puas dengan kecepatan tanggapan dari tim layanan pelanggan saat saya memiliki pertanyaan atau masalah	0,760	0,254	<0,01	Valid
4	Saya sering mendapatkan respon yang cepat dan informatif ketika saya menghubungi layanan pelanggan untuk meminta bantuan.	0,737	0,254	<0,01	Valid
5	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan oleh tim layanan jasa titip ini	0,691	0,254	<0,01	Valid
6	Saya sering mendapat perhatian yang baik dari staf layanan jasa titip saat melakukan transaksi atau pengiriman barang	0,718	0,254	<0,01	Valid
7	Saya merasa bahwa informasi yang diberikan oleh layanan jasa titip ini selalu akurat dan jelas	0,705	0,254	<0,01	Valid

8	Saya jarang mengalami kesalahan dalam pengiriman barang atau dalam informasi yang diberikan oleh layanan jasa titip ini	0,531	0,254	<0,01	Valid
---	---	-------	-------	-------	-------

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua tiap pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,254. Berdasarkan data ini dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X1) tersebut dinyatakan valid dan sudah pantas dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 2. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X2)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	sig	Ket
1	Saya puas dengan ketepatan waktu pengiriman barang melalui layanan jasa titip ini	0,708	0,254	<0,01	Valid
2	Waktu pengiriman barang melalui layanan jasa titip ini sesuai dengan yang dijanjikan oleh penyedia	0,842	0,254	<0,01	Valid
3	Saya merasa proses pemesanan dan pengiriman barang melalui layanan jasa titip ini sangat mudah dipahami dan dilaksanakan	0,892	0,254	<0,01	Valid
4	Saya puas dengan antarmuka aplikasi layanan jasa titip ini yang membuat proses penggunaan sangat mudah	0,842	0,254	<0,01	Valid
5	Saya merasa layanan yang diberikan oleh staf jasa titip ini sangat profesional dan membantu.	0,840	0,254	<0,01	Valid
6	Saya merasa puas dengan responsifitas dan kesigapan staf layanan jasa titip ini dalam menanggapi pertanyaan atau masalah saya	0,710	0,254	<0,01	Valid
7	Saya merasa bahwa informasi yang diberikan oleh layanan jasa titip ini selalu akurat dan jelas	0,788	0,254	<0,01	Valid
8	Kualitas barang yang saya terima melalui layanan jasa titip ini memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi saya, saya sangat puas dengan produk yang diterima.	0,746	0,254	<0,01	Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan pelanggan (X2) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,254. Berdasarkan data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 pertanyaan pada variabel Kepuasan pelanggan (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah pantas dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 3. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	sig	Ket
1	Saya berencana untuk terus menggunakan layanan jasa titip dari jastipsamaaku di masa mendatang.	0,804	0,254	<0,01	Valid
2	Saya merasa puas dengan pengalaman saya menggunakan layanan jasa titip ini dan akan menggunakan kembali layanan dari jastipsamaaku.	0,719	0,254	<0,01	Valid
3	Saya akan merekomendasikan layanan jasa titip dari jastipsamaaku kepada teman, keluarga, atau rekan saya.	0,750	0,254	<0,01	Valid
4	Saya merasa yakin merekomendasikan layanan jasa titip dari jastipsamaaku kepada orang lain karena pengalaman positif saya	0,735	0,254	<0,01	Valid
5	Saya telah menggunakan layanan jasa titip dari jastipsamaaku secara teratur dalam beberapa bulan terakhir	0,695	0,254	<0,01	Valid
6	Saya cenderung tetap menggunakan layanan jasa titip dari jastipsamaaku karena kepercayaan dan kenyamanan yang telah saya rasakan	0,774	0,254	<0,01	Valid
7	Saya merasa puas dengan merek layanan jasa titip ini dan akan memilihnya kembali dibandingkan merek lain	0,844	0,254	<0,01	Valid
8	Saya memiliki preferensi yang kuat untuk menggunakan layanan jasa titip dari merek ini karena kualitas layanan yang konsisten yang telah saya alami.	0,810	0,254	<0,01	Valid

Tabel 3 memperlihatkan bahwa semua pertanyaan variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,254. Berdasarkan data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan pada variabel loyalitas pelanggan (Y) tersebut dinyatakan valid dan sudah pantas dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	80.88	66.715	.737	.939
X1.2	81.00	67.559	.623	.941
X1.3	80.90	67.583	.674	.940
X1.4	80.95	67.608	.662	.940
X1.5	80.90	67.685	.616	.941
X1.6	80.98	67.610	.616	.941
X1.7	80.97	67.287	.655	.940
X1.8	81.02	68.288	.505	.942
X2.1	80.98	68.457	.555	.942
X2.2	80.93	67.419	.688	.940
X2.3	80.88	67.020	.751	.939
X2.4	80.93	67.690	.654	.940
X2.5	80.92	68.044	.612	.941
X2.6	80.93	68.334	.473	.943
X2.7	80.92	67.739	.606	.941
X2.8	80.90	67.922	.631	.941
Y1	80.98	66.830	.667	.940
Y2	81.03	67.897	.628	.941
Y3	81.07	67.216	.515	.943
Y4	81.05	67.574	.527	.942
Y5	81.12	67.596	.486	.943
Y6	80.97	67.423	.684	.940
Y7	80.95	67.065	.731	.939
Y8	80.95	65.947	.769	.939

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan >0,6 yang artinya instrument penelitian tersebut dikatakan reliabel dan pantas dijadikan variabel pada pengukuran penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uni Normalitas

Tabel 5. Uji Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		60	
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.85283236	
Most Extreme Differences	Absolute	.095	
	Positive	.085	
	Negative	-.095	
Test Statistic		.095	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.191	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.181
		Upper Bound	.201

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Kolmogorov smirnov test digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai sig. $> \alpha = 0,05$, maka model tersebut normal. (Ghozali, 2018).
Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.222	2.433		.913	.365		
	Kualitas Pelayanan	1.294	.125	1.085	10.310	<.001	.441	2.268
	Kepuasan Pelanggan	-.388	.113	-.362	-3.438	.001	.441	2.268

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Nilai toleransi dan nilai variabel faktor infalsi (VIF) dapat digunakan untuk menentukan apakah ada multikolinieritas atau tidak. Yang umum dipakai pada nilai cut off adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 . Jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, (Ghozali, 2018). Pada tabel yang ada dapat diketahui perhitungan nilai VIF dan Tolerance. Nilai VIF dan Tolerance kedua variabel memenuhi syarat signifikansi dengan nilainya > 10 sebesar $2.268 < 10$. Sedangkan nilai Tolerance juga memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya $> 0,10$ sebesar $0,441 > 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi, tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel independen.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.222	2.433		.913	.365
	Kualitas Pelayanan	1.294	.125	1.085	10.310	<.001
	Kepuasan Pelanggan	-.388	.113	-.362	-3.438	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel 7, hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 2,222 + 1,294X_1 + 0,388X_2$$

Keterangan:

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kepuasan pelanggan

Y = loyalitas pelanggan

Hasil persamaan regresi berganda diatas menghasilkan pemahaman kualitas pelayanan (X_1), Kepuasan pelanggan (X_2), berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y).

1. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1,294 serta signifikan pada $< 0,05$ yang bertanda positif, ini menunjukkan jika Kualitas Pelayanan semakin tinggi maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.
2. Koefisien regresi untuk variabel Kepuasan pelanggan sebesar 0,388 serta signifikan pada $< 0,05$, bertanda positif, hal ini menunjukkan jika Kepuasan pelanggan semakin tinggi maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

Pada persamaan regresi tersebut dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Kepuasan pelanggan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y_1). Dan variabel dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah Kualitas Pelayanan yang diketahui dengan nilai koefisien regresi paling besar dibanding variabel Kepuasan pelanggan yaitu sebesar 1,294.

Uji HipotesaUji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi(r^2)**Tabel 8.** Hasil Pengukuran (R) dan (r^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.721	.712	1.885

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

1. Nilai R sebesar 0,849 yang memperlihatkan bahwa hubungan antara variabel dependen loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 84,9%.
2. R Square sebesar 0,721 berarti loyalitas pelanggan mampu diprediksikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 72,1% sedangkan sisanya 27,9% oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.
3. Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,712 artinya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 71,2% sedangkan sisanya 28,8% variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.
4. Ada dua opsi, menggunakan R Square atau menggunakan Adjusted R Square, jika total variabel lebih dari dua, maka dipakai Adjusted R Square. Jadi nilai yang dipakai dalam koefisien determinasi ialah 71,2%.
5. Standar error of the estimate adalah sebesar 1.885, yang artinya tingkat salah taksir dari model regresi linear berganda dari penelitian ini adalah senilai 1.885.

Uji Statistik T

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.222	2.433		.913	.365
	Kualitas Pelayanan	1.294	.125	1.085	10.310	<.001
	Kepuasan Pelanggan	-.388	.113	-.362	-3.438	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari tabel diatas, maka kesimpulan dari uji-t sebagai berikut:

1. Hasil uji : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada tabel 9 diketahui nilai thitung pada variabel Kualitas pelayanan (X_1) sebesar $t_{hitung} = 10.310 > t_{tabel} = 1,670$ dengan tingkat signifikansi (0,001) yang berarti lebih rendah dari probabilitas ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan. Dari hasil tersebut disimpulkan kalau variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan pada pengguna jastipsamaaku.
2. Hasil uji : kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada tabel 9 diketahui nilai t hitung untuk variabel kepuasan pelanggan (X_2) sebesar $t_{hitung} = 3,438 > t_{tabel} = 1,670$ dengan tingkat signifikansi (0,01) yang berarti lebih rendah dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Ini artinya bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jastipsamaaku.

Uji Statistik F

Tabel 10. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	524.704	2	262.352	73.830	<,001 ^b
	Residual	202.546	57	3.553		
	Total	727.250	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Pengujian dengan simultan (uji F) dilakukan agar membuktikan apakah variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) yang diujikan ke dalam model memiliki pengaruh pada variabel dependen (loyalitas pelanggan). Dengan tingkat signifikansi = 0,05 Uji simultan dilaksanakan dengan cara membandingkan antara nilai Fhitung dan Ftabel. Pada hasil uji statistik F pada tabel 10 dibuktikan kalau Fhitung = 73,830 > Ftabel = 3,089 dengan ketetapan signifikansi (0,01) yang artinya lebih rendah dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Maka ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jastipsamaaku.

Diskusi

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan data analisis pada tabel 9 dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi senilai 0,01 lebih rendah dari tingkat kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung senilai 10,310 > t tabel 1,670 sehingga bisa dibilang variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan indikator tertinggi adalah indikator keandalan, responsifitas dan perhatian yang memiliki nilai 67 disetiap indikatornya dari pada indikator ketepatan yang memiliki nilai 62 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari tiga indikator lain. Hasil analisis data tersebut dapat dikatakan bahwa jika kualitas pelayanan yang dilakukan semakin baik maka loyalitas pelanggan pada jastipsamaaku akan semakin tinggi. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik sebuah bisnis dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan memberikan apa yang mereka butuhkan. Pelayanan bertujuan memfasilitasi para konsumen saat mereka menggunakan layanan jasa titip jastipsamaaku.. Ketika layanan memenuhi atau di atas harapan klien, kualitas layanan dianggap optimal. Di sisi lain, jika tingkat layanan turun di bawah apa yang diantisipasi, itu dianggap berkualitas rendah. Oleh karena itu, kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan klien menentukan kualitas layanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aina Hidayat Arrosadi, dkk/(2022) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera)" menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan terbukti berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan jastip Monera. Yang dimana kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan setia menggunakan jastip.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel 9 diketahui variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan karena mempunyai nilai sig sebesar 0,01 lebih rendah dari 0,05 ($\alpha=5\%$) yang merupakan probabilitas dengan nilai Thitung sebesar 3,438. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan indikator tertinggi adalah indikator kualitas barang yang memiliki nilai 70 dari pada indikator kemudahan proses dan kualitas layanan yang memiliki nilai 69 dan indikator waktu pengiriman yang memiliki nilai 63. Data analisis diatas dapat diartikan jika kepuasan pelanggan semakin tinggi jadinya loyalitas pelanggan pada jastipsamaaku akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan pada penelitian Tiara Azalia Septyariani/2023 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pengguna Jasa Titip Exspedisi Wilayah Surabaya) yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain itu penelitian yang sama dilakukan Gita Oktaviani (2023) dengan judul Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Gita Rifa Express, yang menghaikan variabel Kepuasan Konsumen, berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel 10 diketahui variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan karena mempunyai nilai sig sebesar 0,01 lebih rendah dari 0,05 ($\alpha=5\%$) yang dimana dengan nilai Fhitung sebesar 73,830 > Ftabel sebesar 3.089. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Data analisis diatas dapat diartikan jika kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan semakin tinggi jadinya loyalitas pelanggan pada jastipsamaaku akan semakin tinggi.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa titip jastipsamaaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) lebih besar dari t tabel ($10,310 > 1,670$) dengan nilai signifikansi 0,01 yang lebih rendah dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t untuk variabel kepuasan pelanggan (X2) menunjukkan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,438 > 1,670$) dengan nilai signifikansi 0,00 yang juga lebih rendah dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada jasa titip jastipsamaaku.

Berdasarkan temuan tersebut, ada beberapa saran yang dapat diberikan. Untuk pihak jastipsamaaku, disarankan untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan indikator-indikator kepuasan pelanggan seperti waktu pengiriman, kemudahan proses, kualitas layanan, dan kualitas barang. Dengan demikian, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin positif dan optimal. Untuk konsumen, disarankan untuk lebih selektif dalam memilih jasa penitipan dengan memperhatikan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang diinginkan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel penelitian seperti harga dan kepercayaan, yang juga dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan menambahkan variabel-variabel tersebut, diharapkan penelitian berikutnya dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif dan bermanfaat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R., Tanamal, J., & Nainggolan, E. P. (2019). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Jne Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 5(2), 160– 170. <https://doi.org/10.22487/jimut.v5i2.149>
- Arifin, Z. (2020). Metodologi penelitian pendidikan education research methodology. *STIT Al-Hikmah Bumi Agung Way Kanan*, 1, 3.
- Arina Hidayat Arrosadi, Dian Marlina Verawati, Ivo Novitaningtiyas. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera). *Jurnal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER Vol.5 No.3 Agustus 2022 Hal314-328*
- Aris, I., & Utama, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat. *Jurnal of Business and Management Sciences*, 5(6), 2928–2938.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Pembangunan*, 2(1), 63–68. <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JAP/article/view/1937>
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Dessy Permata Sari (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman J&T Ekspres Di Kota Binjai
- Dewi DAAN. Modul III: Uji Validitas dan Reliabilitas. *Statistika Terapan*. Universitas Diponegoro. 2018: 1-14.
- Gofur, A. (2019). Kepuasan Pelanggan Abdul Gofur. *Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultaskultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <http://jrmb.ejournalfeuniat.net/index.php/JRMB>

- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MA NEGGIO>
- Kurniawan, Albert. 2009. *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula Untuk Mahasiswa Dan Umum Disertai Latihan Soal Dan Kunci Jawaban*. Yogyakarta: MediaKom
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap LoyalitasPelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei padaPelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Liung, H., & Syah, T. Y. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi*, 8 (2)(9).
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied BusinessAdministration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between servicequality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540–556. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0164>
- Mutmainnah. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan TerhadapKepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(2), 201–216. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.113>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV . Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(4), 1279– 1291.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, T. W. (2021). Pengaruh Kualitas PelayananDanKepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Matahari Department Store Di Mantos 2 Effect Of Service Quality And Customer SatisfactionOnCustomer Loyalty At Pt . Matahari Department Store In Mantos 2 Jurnal Em. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. ., & Soepeno, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel di CV. Karunia Meubel Tuminting. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1018–1027.
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saputri, A. N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(1), 95–103. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1642>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh TerhadapLoyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan TerhadapLoyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 73–84. <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10485>
- Suwarsito, & Aliya, S. (2020). *Kualitas Layanandan Kepuasan Serta Pengaruhnyaterhadap Loyalitas Pelanggan Suwarsito1, Sabeli Aliya2.pdf*. Tangkere, H. A., Dumais, J. N. K., & Lolowang, T. F. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Dabu – Dabu Lemong B
- Tawakal, I., & Untarini, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tri Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4, 103–108.
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap LoyalitasPelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal BinaManajemen*, 8, 74–95.
- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang, 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/spmgv>