

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO)

(STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

Ilham Ardiansyah¹, Muhammad As'ad², Eman Sulaeman³

¹Program Ilmu Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

^{2,3}Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract:

The goods delivery service business in Indonesia is thriving, especially during the Covid-19 pandemic, when people's online shopping activities increase. This makes delivery service providers compete in making accurate strategies regarding price and service quality in order to meet customer needs and create customer loyalty. This study aims to determine how price affects customer loyalty, how service quality affects customer loyalty, and how price and service quality simultaneously affect customer loyalty at J&T Express in Tanjung Barat (Rancho), South Jakarta. The research method used was descriptive quantitative method. The sample consisted of 80 respondents who were selected using a non-probability sampling technique with the accidental sampling method. The data was processed by multiple linear regression analysis. The results showed that partially price had a positive and significant effect on customer loyalty, which was indicated by $t_{count} 3.727 > t_{table} 1.991$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ and an R² value of 0.542. This means that price affects customer loyalty by 54.2%. Service quality partially had a positive and significant effect on customer loyalty, which was indicated by $t_{count} 5.857 > t_{table} 1.991$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ and an R² value of 0.626. This means that price affects customer loyalty by 62.6%. Simultaneously, price and service quality have a positive and significant influence on customer loyalty, which is indicated by $F_{count} 82,931 > F_{table} 3.12$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ and an R² value of 0.683. This means that simultaneously price and service quality affect customer loyalty by 68.3%, with the remaining 31.7% influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : Price, Service Quality, Customer Loyalty.

Cronicle of Article: Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00, 2020).

©2020 *Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

Profile and corresponding author: Ilham Ardiansyah adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. TB. Simatupang No. 21 RT 3 RW 11, Kel. Gedong, Kec. Pasar Rebo, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 13670. Corresponding author : ardilham9@gmail.com

How to cite this article: Ardiansyah, I., As'ad, M., Sulaeman, E (2021) "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Tanjung Barat (Rancho)(Studi Kasus Pada Pelanggan J&T Express Tanjung Barat (Rancho), Kelurahan Tanjung Barat, Jakarta Selatan)", *Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis*

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis jasa pengiriman barang di Indonesia semakin meningkat. Terutama di saat *pandemic Covid-19* ini, peningkatan tersebut diakibatkan oleh meningkatnya aktivitas berbelanja *online* masyarakat. Hal tersebut membuat perusahaan penyedia jasa pengiriman yang salah satunya yaitu PT. Global Jet Indonesia (J&T Express) bersaing dalam membuat strategi yang akurat terkait harga dan kualitas pelayanan demi memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan.

Harga menjadi indikator yang biasanya dipakai oleh pelanggan saat memilih jasa yang akan digunakan. Harga juga menjadi faktor keberhasilan suatu usaha yang mana berkaitan dengan pendapatan (Rahman, 2010:79). Dalam penetapan harga, jika harga terlalu mahal akan mengakibatkan penjualan jasa berkurang, sebaliknya jika harga terlalu murah profit yang didapat akan menurun.

Tabel I. Perbandingan Harga Pengiriman Reguler (Jabodetabek)

Ekspedisi	Harga/ 1 Kg	Estimasi Pengiriman
PT. POS Indonesia	Rp 7,000	2 Hari
J&T Express	Rp 10,000	2 - 3 Hari
JNE	Rp 9,000	2 Hari
TIKI	Rp 9,000	2 Hari

Sumber: *website pluginongkos kirim.com* (2021)

Berdasarkan tabel 1. 1 di atas, PT. POS Indonesia menetapkan harga untuk pengiriman regulernya sebesar Rp 7.000 dengan estimasi pengiriman 2 hari, kemudian J&T Express menetapkan harga untuk pengiriman regulernya sebesar Rp 10.000 dengan estimasi pengiriman 2 – 3 hari, sedangkan JNE dan TIKI menetapkan harga untuk pengiriman regulernya sebesar Rp 9.000 dengan estimasi pengiriman 2 hari. Dan terlihat masing- masing perusahaan menerapkan strategi harga yang berbeda- beda.

Selain harga, kualitas pelayanan pun merupakan aspek penentu yang membuat konsumen percaya dan terus menggunakan jasa yang disediakan. Namun berdasarkan *feedback* pengguna J&T Express Tanjung Barat (Rancho), masih ditemukan berbagai keluhan konsumen terkait pelayanan yang diberikan, seperti;

1. Pegawai tidak murah senyum pada saat melayani konsumen.
2. Masih ada ketidakakuratan dalam pengiriman barang (salah alamat tujuan, salah kode pengiriman).
3. Pelayanan yang lambat dan biasa jika dibandingkan dengan jasa ekspedisi lain disekitar J&T Express Tanjung Barat (Rancho).

Baik harga maupun kualitas pelayanan, keduanya merupakan faktor penting yang berpengaruh dalam membentuk loyalitas pelanggan guna mencapai keberhasilan suatu bisnis, terlebih lagi bisnis yang bergerak dibidang jasa, dalam hal ini jasa pengiriman.

Dari beberapa penelitian tentang loyalitas pelanggan seperti yang dilakukan oleh Erni Setyowati dan Wiyadi (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan Tengku Putri Bulan Lindung (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan penelitian Paulus A. Pangaila, Frederik G. Worang, dan Rudy S. Wenas (2018) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Tanjung Barat (Rancho).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Tanjung Barat (Rancho).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Tanjung Barat (Rancho).

LITERATUR REVIUW

Administrasi

Fahmi (2015: 1) mengemukakan “Administrasi adalah sebuah hubungan yang tertata secara sistematis yang menghasilkan sebuah jaringan yang saling terhubung satu sama lainnya untuk menciptakan suatu mekanisme kerja yang tersusun dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan”.

Bisnis

Menurut Rafsandjani (2017: 1), “Bisnis merupakan serangkaian usaha yang dikerjakan seseorang atau kelompok dengan mempromosikan barang maupun jasa demi memperoleh profit”.

Harga

Kotler & Keller (dalam Musfar, 2020: 75) mengemukakan bahwa “Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan untuk menghasilkan manfaat dari menggunakan suatu jasa atau produk”.

Menurut Kottler dan Armstrong (dalam Lubis, 2015; 4), ada 4 indikator yang mencerminkan harga, yaitu;

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kualitas Pelayanan

Lewis dan Booms (dalam Saputri, 2019: 48) mengatakan bahwa “Kualitas pelayanan ialah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan”.

Menurut Fandi Tjiptono (2014: 282), kualitas pelayanan memiliki lima dimensi, sebagai berikut;

- a. *Tangible* (Berwujud).
- b. *Emphaty* (Empati).
- c. *Responsiveness* (Daya tanggap).
- d. *Reliability* (Keandalan).
- e. *Assurance* (Jaminan).

Loyalitas Pelanggan

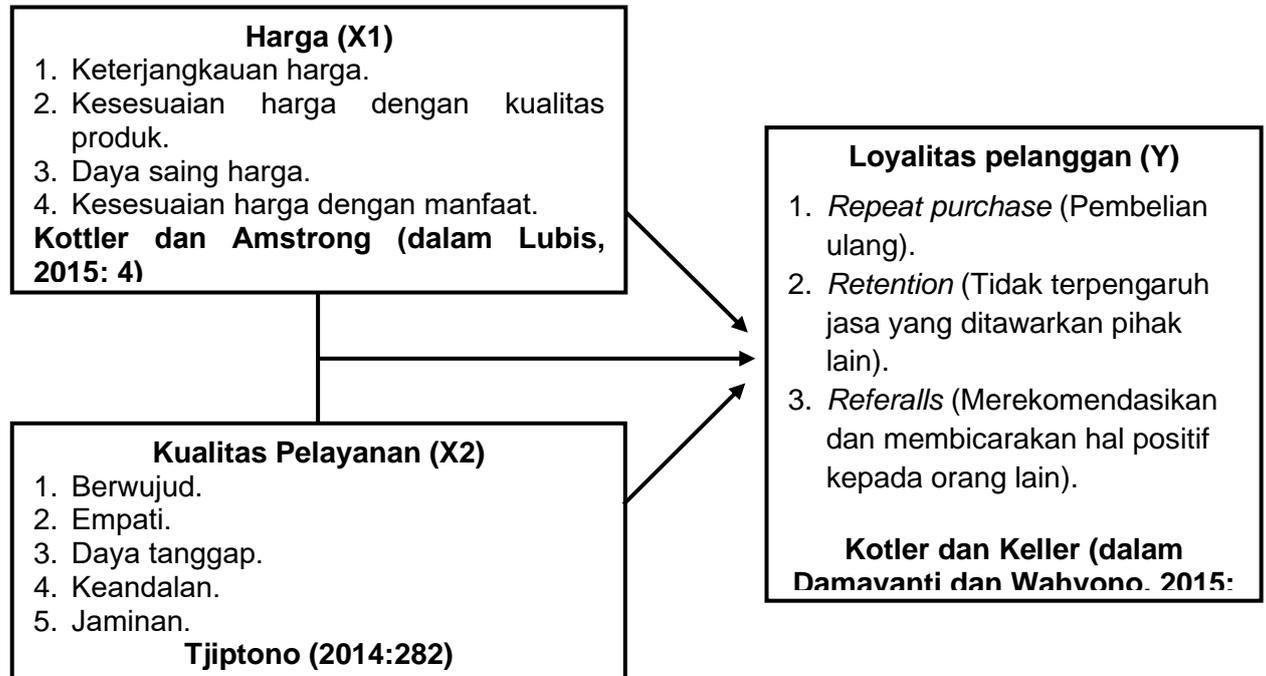
Menurut Tjiptono (2014: 393), “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten”.

Menurut Priyanto Doyo (dalam Siregar, 2019: 363-376), ada beberapa faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan atas suatu produk ataupun jasa, antara lain: nilai atau harga, citra, kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut, kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, kualitas pelayanan, dan garansi atau jaminan.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

Menurut Kotler dan Keller (dalam Damayanti dan Wahyono, 2015: 240), terdapat tiga indikator loyalitas pelanggan, yaitu:

- Repeat purchase* (Pembelian ulang).
- Retention* (Tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain).
- Referalls* (Merekomendasikan dan membicarakan hal positif kepada orang lain).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya, yaitu:

1. Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
2. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
3. Diduga harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang dipakai pada studi ini ialah metode survei pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (dalam Siyoto dan Sodik, 2015: 17), *Quantitative method* adalah teknik penelitian yang berdasarkan pada prinsip positivisme, yang dipakai untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu.

Sedangkan penelitian survei ialah penelitian yang dipakai untuk menguraikan hubungan sebab akibat dan pengujian asumsi.

Teknik Pengumpulan Data

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Data Primer

Pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pernyataan atau pertanyaan tertulis (kuesioner) untuk memperoleh jawaban responden. Yang kemudian jawaban tersebut diukur menggunakan skala likert dengan kriteria sebagai berikut: (1) Sangat setuju (SS) diberi skor 5; (2) Setuju (S) diberi skor 4; (3) Netral (N) diberi skor 3; (4) Tidak setuju (TS) diberi skor 2; dan (5) Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1. (Sugiyono, 2018: 94)

Data Sekunder

Pengumpulan data dengan melakukan studi pustaka terkait data dan teori yang relevan dengan permasalahan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan yang tersusun atas objek- objek dengan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2018: 130). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah jumlah pelanggan J&T Express Tanjung Barat (Rancho) per Bulan Maret 2021 yaitu 400 orang.

Sedangkan yang dimaksud sampel berdasarkan penjelasan Arikunto (2010: 109) ialah perwakilan dari populasi yang selanjutnya diteliti. Dalam studi ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling method* melalui metode *accidental sampling*. Dan *sample* pada penelitian ini ialah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express Tanjung Barat (Rancho).

Metode Pengambilan Sampel

Arikunto (2010: 112), mengemukakan bahwa “Penentuan sample untuk penelitian yaitu apabila subject penelitian <100 individu hendaknya digunakan seluruhnya, apabila subject penelitian >100 individu bisa digunakan 10% dari jumlah keseluruhan atau lebih”.

Sehingga sampel yang dibutuhkan adalah (**Jumlah populasi X 20%**) = 400 X 20% = 80 sampel.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dimana Sugiyono (dalam Prameta, 2021: 1064) mengemukakan, “Regresi linier berganda merupakan teknik analisis untuk memprediksi kondisi variabel terikat. Jika variabel bebas (2 atau lebih) sebagai faktor predictor di manipulasi“. Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \dots\varepsilon$$

Dimana:

Y	=	Loyalitas pelanggan
α	=	Constant
x_1	=	Harga
x_2	=	Kualitas pelayanan
$\beta_1 - \beta_2$	=	Coefficients
ε	=	Kesalahan acak

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel II. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Reliabilitas Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga1	0.735	0,2199	0.855	Valid
Harga2	0.825	0,2199		Valid
Harga3	0.697	0,2199		Valid
Harga4	0.772	0,2199		Valid
Harga5	0.750	0,2199		Valid
	0.595	0,2199		Valid
Harga7	0.786	0,2199		Valid
Harga8	0.570	0,2199		Valid
Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Reliabilitas Cronbach's Alpha	Keterangan
Pelayanan1	0.643	0,2199	0.903	Valid
Pelayanan2	0.728	0,2199		Valid
Pelayanan3	0.781	0,2199		Valid
Pelayanan4	0.745	0,2199		Valid
Pelayanan5	0.802	0,2199		Valid
Pelayanan6	0.800	0,2199		Valid
Pelayanan7	0.801	0,2199		Valid
Pelayanan8	0.812	0,2199		Valid
Pelayanan9	0.719	0,2199		Valid
Pelayanan10	0.550	0,2199		Valid
Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Reliabilitas Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas1	0.639	0,2199	0.882	Valid
Loyalitas2	0.840	0,2199		Valid
Loyalitas3	0.822	0,2199		Valid
Loyalitas4	0.784	0,2199		Valid
Loyalitas5	0.841	0,2199		Valid
Loyalitas6	0.831	0,2199		Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas, $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti setiap butir kuesioner tersebut valid. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha > 0.60 yang berarti setiap butir kuesioner tersebut reliabel. Dengan demikian maka dapat dilakukan uji selanjutnya yaitu uji asumsi klasik.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

Uji Asumsi Klasik

Tabel III. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.36218629
Most Extreme Differences	Absolute	0.096
	Positive	0.051
	Negative	-0.096
Test Statistic		0.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.065 ^c

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Berdasarkan *output* tersebut, diketahui bahwasanya skor *Asymptotic Significance (two-tailed)* dari *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu $0.065 > 0.05$ yang artinya data dalam studi ini terdistribusi normal.

Tabel IV. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.313	0.180		1.739	0.086
	Harga	0.100	0.060	0.267	1.659	0.101
	Kualitas Pelayanan	-0.103	0.058	-0.288	-1.788	0.078

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Berdasarkan *output* tersebut, diketahui bahwa skor signifikasi untuk variabel harga yaitu $0.101 > 0.05$ yang artinya variabel harga terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Kemudian variabel kualitas pelayanan memperoleh skor signifikansi yaitu $0.078 > 0.05$ yang artinya variabel kualitas pelayanan pun terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel V. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.172	0.315		-0.545	0.588		
	Harga	0.394	0.106	0.345	3.727	0.000	0.480	2.082
	Kualitas Pelayanan	0.591	0.101	0.542	5.857	0.000	0.480	2.082

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

Berdasarkan output tersebut, terlihat bahwasanya variabel harga dan kualitas pelayanan memperoleh skor *tolerance* yaitu $0.480 > 0.10$ dan nilai VIF $2.082 < 10$ yang artinya dalam model penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel VI. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.172	0.315		-0.545	0.588
	Harga	0.394	0.106	0.345	3.727	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.591	0.101	0.542	5.857	0.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas, dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0.172 + 0.394 X_1 + 0.591 X_2 + \epsilon$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa;

Skor konstanta adalah -0.172. Yang artinya jika variabel harga dan kualitas pelayanan tidak ada atau 0 maka variabel loyalitas pelanggan nilainya akan berkurang sebanyak 0.172.

Skor koefisien regresi $\beta_1 X_1$ (harga) adalah 0.394 yang berarti bahwasanya harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini menandakan bahwa dengan penambahan satu satuan harga, akan berdampak pada penambahan loyalitas pelanggan sebanyak 0.394 dan begitu sebaliknya.

Skor koefisien regresi $\beta_2 X_2$ (kualitas pelayanan) adalah 0.591 yang berarti bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini menandakan bahwa dengan penambahan satu satuan kualitas pelayanan, akan berdampak pada penambahan loyalitas pelanggan sebanyak 0.591 dan begitu sebaliknya.

Uji T- Statistik

Dari Tabel VI terlihat bahwa variabel harga memperoleh skor t_{hitung} sebesar $3.727 > t_{tabel} 1.991$ (diperoleh dari pengujian hipotesis dua arah 0,05; 77) dengan skor signifikansi $0.000 < 0.05$. Bisa ditarik kesimpulan bahwasanya H_{01} ditolak H_{a1} diterima yang artinya harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Kemudian variabel kualitas pelayanan memperoleh skor t_{hitung} sebesar $5.857 > t_{tabel} 1.991$ (diperoleh dari pengujian hipotesis dua arah 0,05; 77) dengan skor signifikansi $0,000 < 0,05$. Bisa ditarik kesimpulan bahwasanya H_{02} ditolak H_{a2} diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F- Statistik

Tabel VII. Hasil Uji F- Statistik

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.323	2	11.161	82.931	.000b
	Residual	10.363	77	0.135		

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

	Total	32.686	79		
--	-------	--------	----	--	--

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Dari *output* tersebut, diketahui bahwasanya skor F_{hitung} 82.931 > F_{tabel} 3.12 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Maka H_a terpenuhi yang berarti variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel VIII. Hasil Koefisien Determinasi R^2 X1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	0.542	0.536	0.438

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Dari *output* tersebut, dapat diketahui bahwa variabel harga secara parsial/terpisah berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 54,2% yang ditandai dengan nilai R^2 sebesar 0.542.

Tabel IX. Hasil Koefisien Determinasi R^2 X2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	0.626	0.621	0.396

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Dari *output* tersebut, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial/terpisah berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 62,6% yang ditandai dengan nilai R^2 sebesar 0.626.

Tabel IX. Hasil Koefisien Determinasi R^2 X1 dan X2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	0.683	0.675	0.367

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2021)

Dari *output* tersebut, dapat diketahui bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan/bersamaan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 0.683 (68,3%). Sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada studi ini.

PEMBAHASAN

Hasil uji t- statistik menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, dengan nilai R^2 0.542 yang artinya besarnya pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan adalah 54,2%. Dimana hasil tersebut diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Erni Setyowati dan Wiyadi (2016).

Kemudian hasil uji t- statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, dengan nilai R^2 0.626 yang artinya besarnya pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan adalah 62,6%. Dimana hasil tersebut

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan (2016).

Dan hasil uji F- statistik menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, dengan nilai R^2 0.683 yang artinya besarnya pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan adalah 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada penelitian ini. Dimana hasil tersebut diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Paulus A. Pangaila, Frederik G. Worang, dan Rudy S. Wenas (2018).

KESIMPULAN

Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil tersebut dibuktikan dengan skor *coefficient* sebesar 0.394 dan nilai t_{hitung} 3.727 > t_{tabel} 1.991 (pengujian dua arah 0.05; 77) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Berdasarkan skor R^2 sebesar 0.542, berarti besarnya pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan sebesar 54,2%.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil tersebut diperkuat dengan skor *coefficient* sebesar 0.591 dan skor t_{hitung} 5.857 > t_{tabel} 1.991 (pengujian satu arah 0.05; 77) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Berdasarkan skor R^2 sebesar 0.626. Berarti besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 62,6%.

Variabel harga bersama kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil tersebut diperkuat dengan skor F_{hitung} 82.931 > F_{tabel} 3.12 dengan probabilitas atau tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Berdasarkan skor R^2 sebesar 0.683. Berarti besarnya pengaruh harga bersama kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada studi ini.

SARAN

Persepsi konsumen terhadap harga pelayanan J&T Express Tanjung Barat (Rancho) sudah tergolong baik. Namun, berdasarkan hasil rekapitulasi variabel harga butir pernyataan no. 6 memperoleh nilai 3,49 yang menunjukkan sebagian konsumen berpendapat bahwa harga pelayanan J&T Express Tanjung Barat (Rancho) masih lebih mahal dibanding harga dari pesaing. Oleh karena itu diharapkan untuk selalu memastikan bahwa harga yang sudah ditetapkan masih kompetitif dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang akan diterima konsumen agar konsumen merasa puas dan tidak merasa dirugikan.

Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh J&T Express Tanjung Barat (Rancho) sudah tergolong baik. Namun, berdasarkan hasil rekapitulasi variabel kualitas pelayanan butir pernyataan no. 9 memperoleh nilai 3,89 yang artinya masih banyak konsumen yang tidak tahu jika ada asuransi untuk pengiriman. Oleh karena itu diharapkan untuk memberikan informasi lebih jelas lagi terkait hal tersebut dan terus mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada.

Meskipun loyalitas pelanggan terhadap J&T Express Tanjung Barat (Rancho) sudah tergolong baik. Namun, berdasarkan hasil rekapitulasi variabel loyalitas pelanggan butir pernyataan no. 4 memperoleh nilai 3,45 yang artinya masih ada konsumen yang ragu untuk selalu menggunakan jasa pengiriman J&T Express Tanjung Barat (Rancho). Oleh karena itu diharapkan bagi pegawai J&T Express Tanjung Barat (Rancho) untuk tetap menjaga kualitas dari pelayanan yang disediakan dan tetap bekerja sama dalam memenuhi harapan pelanggan. Agar loyalitas pelanggan terhadap J&T Express Tanjung Barat (Rancho) dapat dipertahankan atau bahkan dapat ditingkatkan.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO) (STUDI KASUS PADA PELANGGAN J&T EXPRESS TANJUNG BARAT (RANCHO), KELURAHAN TANJUNG BARAT, JAKARTA SELATAN)

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 5(2), 592-602.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236-251.
- Fahmi, I. (2015). *Pengetahuan Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- LUBIS, A. A. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR PADA PT. SUARA BARISAN HIJAU HARIAN ORBIT MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 1-11. <http://jurnal.umsu.ac.id>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 6(4), 2778-2787.
- Prameta, M. I. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM GORENG NELONGSO CABANG KETINTANG. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1062- 1068.
- Rafsandjani, R. F. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: CV. Kautsar Abadi.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing. Cetakan Pertama* . Jakarta: Trans Media Pustaka.
- SAPUTRI, R. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB SEMARANG. *Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.
- Setyowati, E., & Wiyadi. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(2), 102-112.
- Siregar, N. A. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PASAR DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI TOKO ABANG-ADIK. *Jurnal Benefita*, 4(2), 363-376.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.

Internet

www.jet.co.id

www.pluginongkos kirim.com