

**JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA POS LOGISTIK
PALEMBANG**

Tia Nadila, Nuslih Jamiat

Universitas Telkom

ARTICLE INFO

Keywords:

Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

Corresponding author:

Nuslih Jamiat

nuslihjamiat@telkomuniversity.ac.id

Abstract. *Along with the development of the e-commerce business in Indonesia, it opens up opportunities and market share for expedition companies. In this research, the research object is the Logistics Post. Logistics Post also provides several services such as heavy equipment transportation, retail cargo, customs import export delivery, warehousing management, logistics management. Based on the type of research, this research is included in quantitative research. In this research, the population used is people who have used postal logistics services. In this case the population number is not known validly. The author used a purposive sampling technique with the Bernoulli formula, so that a total sample of 100 was obtained. Based on the results of descriptive analysis, the results of responses from respondents who were 100 people who had used postal logistics services, showed that responses to service quality could be stated as existing service quality. well, provided by the postal logistics service to its customers, then the response to customer satisfaction, it can be stated that the customers are satisfied with the service provided by the postal logistics service and on customer loyalty, there is a fairly loyal attitude from the customers, to continue using the service logistics post compared to other logistics services.*

Abstrak. Seiring dengan berkembangnya bisnis ecommerce di Indonesia membuka peluang dan pangsa pasar bagi perusahaan ekspedisi. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah Pos Logistik, Pos logistik juga menyediakan beberapa pelayanan seperti transportasi alat berat, cargo retail, pengiriman ekspor impor keabeanan, manajemen pergudangan, manajemen logistic. Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah orang yang pernah menggunakan pelayanan jasa pos logistic. Dalam hal ini jumlah populasinya tidak ketahui dengan valid. Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dengan rumus Bernoulli, sehingga didapatkan total sampel sebanyak 100. Berdasarkan hasil analisis deskriptif hasil tanggapan responden yang merupakan orang yang pernah menggunakan pelayanan jasa pos logistic sebanyak 100 orang, menunjukkan bahwa tanggapan pada kualitas pelayanan dapat dinyatakan adanya kualitas pelayanan yang sudah baik, diberikan oleh jasa pos logistic kepada para pelanggannya, selanjutnya tanggapan pada kepuasan pelanggan, dapat dinyatakan para pelanggan sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa pos logistic dan pada loyalitas pelanggan, adanya sikap yang cukup loyal dari para pelanggan, untuk tetap menggunakan jasa pos logistik dibandingkan jasa logistik lainnya.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kecanggihan teknologi membantu banyak orang dalam hal perdagangan maupun transaksi, hal ini juga diikuti dengan perkembangan bisnis melalui media internet atau dikenal dengan istilah e-commerce. E-commerce merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis melalui browser web atau aplikasi untuk membeli dan menjual suatu produk. Seiring dengan berkembangnya bisnis ecommerce di Indonesia membuka peluang dan pangsa pasar bagi perusahaan ekspedisi. Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah Pos Logistik, Pos logistik juga menyediakan beberapa pelayanan seperti transportasi alat berat, cargo retail, pengiriman ekspor impor keabeanan, manajemen pergudangan, manajemen logistic. Dalam penelitian ini juga menampilkan beberapa ulasan yang diberikan oleh konsumen melalui google review:

Tabel Ulasan Poslogistic

No	Nama	Bintang	Ulasan
1	<u>Muhammad Yuffi Risky Aditiyo</u>	5	Terimakasih kak, barang saya terkirim dan diterima dengan baik
2	<u>ferdinan pahlevi</u>	5	Jasa logistik yg terpercaya dan right on time
3	<u>Indah davita darise</u>	5	Pos logistik jaya dan keren sukses selalu
4	<u>Pandi Febryandi</u>	5	Jasa logistik terbaik
5	<u>Dwiky Febriansyah</u>	5	salah satu solusi terbaik untuk logistik Anda

Sumber: Google.com, 2023

Dari beberapa ulasan diatas mengenai Poslogistik dapat disimpulkan bahwa konsumen yang pernah menggunakan layanan poslogistik merasakan kepuasan oleh pelayanan yang diberikan oleh poslogistik, mulai dari pengiriman, keramahan dan pelayanan-pelayanan yang diberikan. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen akan merasakan kepuasan, 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.

Pemilihan poslogistik Palembang dikarenakan menurunnya konsumen setiap bulannya pada tahun 2023, hal ini dapat diketahui dari tabel dibawah ini:

Tabel Rekap Produksi Kargo Pos Logistik Palembang 2023

No	Bulan	Jumlah Transaksi
1	Januari	32
2	Februari	4
3	Maret	3
4	April	1
5	Mei	1
6	Juni	4

Sumber: Poslogistik, 2023

Dari tabel diatas mengenai rekap produksi kargo Poslogistik Palembang 2023 pada enam bulan pertama, dapat dilihat bahwa dari bulan januari ke bulan-bulan berikutnya mengalami penurunan sangat besar, dari 32 jumlah transaksi menjadi empat hingga satu transaksi yang berlangsung di Poslogistik Palembang. Hal ini lah yang membuat konsumen tertarik menjadikan Poslogistik Palembang sebagai objek dalam penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Willyanto Agiesta (2021) dengan judul penelitian

“pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal bandung raya”, dengan hasil penelitian bahwa pelanggan yang merasa puas akan bersikap loyal. Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasaan pelanggan (X2) secara Simultan atau bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal tersebut merupakan faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari fenomena-fenomena yang ada di latar belakang dan penelitian terdahulu yang serupa, penulis terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Poslogistik Palembang”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana kualitas pelayanan pada konsumen pos logistic Palembang ?
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan pada konsumen pos logistic Palembang?
- c. Bagaimana loyalitas pelanggan pada konsumen pos logistic Palembang?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen pos logistic Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada konsumen pos logistic Palembang.
- b. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada konsumen pos logistic Palembang.
- c. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada konsumen pos logistic Palembang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen pos logistic Palembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran telah berkembang menjadi dasar utama perusahaan. Filosofi bisnis sekarang mencakup pemasaran. Menciptakan barang yang bernilai sangat penting untuk menjalankan bisnis yang sukses. Ada dua bagian dari nilai ini: keuntungan yang diperoleh dan biaya yang harus ditanggung. Memuaskan keinginan dan kebutuhan masing-masing pihak adalah nilai yang diperdagangkan. Tujuan akhir dari setiap strategi pemasaran haruslah perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak (Darmawan & Grenier, 2021).

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan .apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan,apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan,konsumen akan sangat puas.sedangkan bila kinerja melebihi harapan,pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa

lampaui, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai.

Loyalitas Pelanggan

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).

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2020:2) "Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020:2) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengajukan hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Adiputra et al., (2021) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, yaitu fenomena alam atau fenomena buatan manusia, atau yang digunakan untuk menganalisis atau mendeskripsikan hasil subjek, tetapi tidak dimaksudkan untuk memberikan implikasi yang lebih luas. Data dianalisis dengan uji regresi linear berganda dalam aplikasi *software SPSS*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Validitas

Tabel Uji Validitas

Variabel	No Item	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	P1	0.445	0.195	Valid
	P2	0.786	0.195	Valid
	P3	0.548	0.195	Valid
	P4	0.761	0.195	Valid
	P5	0.412	0.195	Valid
	P6	0.610	0.195	Valid
	P7	0.464	0.195	Valid
	P8	0.533	0.195	Valid
	P9	0.632	0.195	Valid
	P10	0.453	0.195	Valid
Kepuasan Pelanggan (X ₂)	P1	0.433	0.195	Valid
	P2	0.848	0.195	Valid
	P3	0.559	0.195	Valid
	P4	0.554	0.195	Valid
	P5	0.764	0.195	Valid
	P6	0.345	0.195	Valid
	P7	0.357	0.195	Valid
	P8	0.734	0.195	Valid
Loyalitas Pelanggan	P1	0.541	0.195	Valid
	P2	0.647	0.195	Valid
	P3	0.671	0.195	Valid
	P4	0.591	0.195	Valid

(Y)	P5	0.517	0.195	Valid
	P6	0.619	0.195	Valid
	P7	0.635	0.195	Valid
	P8	0.555	0.195	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan table di atas, hasil uji validitas, diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki nilai rhitung>rtabel sebesar 0.195, sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pernyataan pada masing-masing variabel adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.768	0.700	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0.714	0.700	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.739	0.700	Reliabel

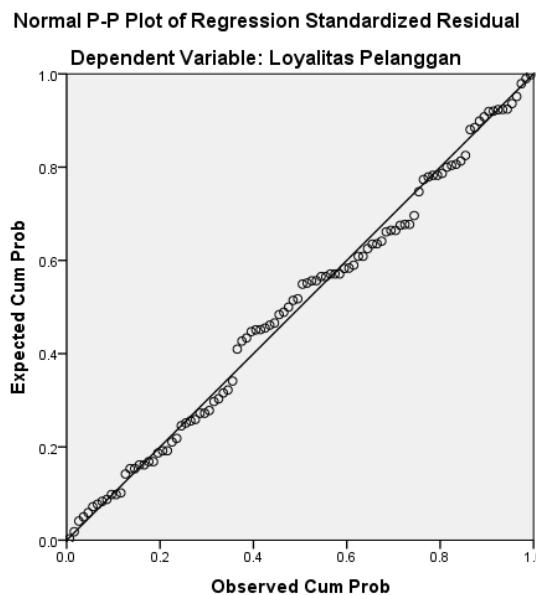
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji reliabilitas memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* >0.700, sehingga dapat dinyatakan bahwa item pernyataan yang digunakan pada variabel dalam penelitian sudah reliabel.

Uji Multikolinearitas

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji normalitas dengan grafik maupun dengan *one sample* kolmogorov smirnov, sebagai berikut:



Gambar Garis P-Plot Normality

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan gambar diatas, dapat terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya pengujian normalitas dengan *one sample* kolmogorov smirnov, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.02291449
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.057
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji normalitas dengan uji kolmogorov smirnov diatas, diperoleh hasil signifikansi sebesar 0.200, dikarenakan hasil signifikansi (*asymp. sig. (2-tailed)*) sebesar $0.200 > 0.05$, maka dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Heteroskodastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil heteroskedastisitas, dengan uji glesjer, sebagai berikut:

Tabel Heteroskedasitas dengan Uji Glesjer

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.777	1.173		-.663
	Kualitas Pelayanan	.048	.036	.135	1.330
	Kepuasan Pelanggan	.085	.044	.196	1.927

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glesjer* diatas, diperoleh hasil signifikansi (*pvalue*) pada masing-masing variabel *independent* dengan signifikansi (*pvalue*) > 0.05 , sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil multikolinieritas, sebagai berikut:

Tabel Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.926	1.080
	Kepuasan Pelanggan	.926	1.080

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji multikolinieritas diperoleh hasil bahwa seluruh variabel *independent* memiliki nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai *VIF* < 10 , sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini terbebas multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil analisis regresi linier berganda, sebagai berikut:

Tabel Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.236	1.967		.628 .531
	Kualitas Pelayanan	.317	.060	.381	5.240 .000
	Kepuasan Pelanggan	.533	.074	.521	7.165 .000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = 1.236 + 0.317X_1 + 0.533X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 1.236, artinya jika kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka loyalitas pelanggan akan tetap bernilai sebesar 1.236.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0.317 yang bernilai positif, yang artinya jika kualitas pelayanan meningkat satu-satuan, sedangkan variabel *independent* lainnya konstan, maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.317.
- Koefisien regresi kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 0.533 yang bernilai positif, yang artinya jika kepuasan pelanggan meningkat satu-satuan, sedangkan variabel *independent* lainnya konstan, maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.533.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil koefisien determinasi, sebagai berikut:

Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.525	.515	3.05392

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai rsquare diperoleh hasil sebesar 0.525 atau 52.5%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 52.5% kontribusi pengaruh dari variabel *independent* kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel *dependent* loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 47.5% merupakan kontribusi pengaruh terhadap variabel *dependent* loyalitas pelanggan dari variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis secara umum merefleksikan masalah dalam penelitian dengan tujuan untuk mendorong seseorang melakukan penelitian dan juga dijelaskan bahwa dalam hipotesis terdapat H_0 dan H_a . Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan

penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis parsial (uji t) dan uji hipotesis simultan (uji f).

1. Uji t

Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji t

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.236	1.967		.628	.531
	Kualitas Pelayanan	.317	.060	.381	5.240	.000
	Kepuasan Pelanggan	.533	.074	.521	7.165	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dapat diinterpretasikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji t, diperoleh hasil thitung sebesar 5.240 (thitung 5.240>tabel 1.984) dan signifikansi (pvalue) 0.000 (0.000<0.05), maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang.

b. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji t, diperoleh hasil thitung sebesar 7.165 (thitung 7.165>tabel 1.984) dan signifikansi (pvalue) 0.000 (0.000<0.05), maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang.

2. Uji f

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji hipotesis simultan dengan uji f, sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji f

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1000.358	2	500.179	53.630	.000 ^b
	Residual	904.663	97	9.326		
	Total	1905.021	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji f, diperoleh hasil fhitung sebesar 53.630 (53.630>3.089) dengan signifikansi (pvalue) sebesar 0.000 (0.000<0.05) maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif hasil tanggapan responden yang merupakan orang yang pernah menggunakan pelayanan jasa pos logistic sebanyak 100 orang, menunjukkan bahwa tanggapan pada kualitas pelayanan dapat dinyatakan adanya kualitas pelayanan yang sudah baik, diberikan oleh jasa pos logistic kepada para pelanggannya, selanjutnya tanggapan pada kepuasan pelanggan, dapat dinyatakan para pelanggan sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa pos logistic dan pada loyalitas pelanggan, adanya sikap yang cukup loyal dari para pelanggan, untuk tetap menggunakan jasa pos logistic dibandingkan jasa logistik lainnya.

Besaran kontribusi pengaruh dari variabel *independent* kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel *dependent* loyalitas pelanggan adalah sebesar 52.5%, sedangkan sisanya sebesar 47.5% merupakan kontribusi pengaruh terhadap variabel *dependent* loyalitas pelanggan dari variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diperoleh hasil hitung pada masing-masing variabel memiliki nilai $t > t_{tabel}$ dan signifikansi < 0.000 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang. Sedangkan hasil pengujian hipotesis dengan uji f, diperoleh hasil hitung sebesar 53.630 ($53.630 > 3.089$) dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang", maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil skor persentase mengenai kualitas pelayanan sebesar 69.96%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria baik/tinggi, sehingga dapat dinyatakan adanya kualitas pelayanan yang sudah baik, diberikan oleh jasa pos logistic kepada para pelanggannya. Kemudian nilai tertinggi ada pada item pernyataan pertama dan tiga masing-masing mengenai poslogistic memberikan pelayanan sesuai dengan iklannya dan responsive dalam membantu konsumen, yang masing-masing memperoleh persentase skor sebesar 73.40%. Dua item pernyataan ini masih kurang dari kategori sangat baik, oleh karena itu Pos Logistik harus meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanannya.
2. Pada variabel Kepuasan pelanggan, diperoleh hasil skor persentase mengenai kepuasan pelanggan sebesar 68.55%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria baik/puas, sehingga dapat dinyatakan para pelanggan sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa pos logistic. Dapat diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi berada pada item pernyataan tiga mengenai pelayanan poslogistic sesuai dengan harapan sebelumnya, yang memperoleh persentase skor sebesar 71.80%. Item pernyataan ini masih kurang dari kategori sangat baik, oleh karena itu Pos Logistik harus meningkatkan dan memperbaiki kepuasan pelanggannya.
3. Pada variabel loyalitas pelanggan, diperoleh hasil skor persentase mengenai loyalitas pelanggan sebesar 64.83%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria cukup baik/sedang, sehingga dapat dinyatakan adanya sikap yang cukup loyal dari para pelanggan, untuk tetap menggunakan jasa pos logistic dibandingkan jasa logistik lainnya. Diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi berada pada item pernyataan empat mengenai merekomendasikan kepada keluarga, yang memperoleh

- persentase skor sebesar 66.80. Item pernyataan ini masih kurang dari kategori sangat baik, oleh karena itu Pos Logistik harus meningkatkan dan memperbaiki loyalitas pelanggannya.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang. Dengan hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji t, diperoleh hasil thitung sebesar 5.240 (thitung 5.240>tabel 1.984) dan signifikansi (*pvalue*) 0.000 (0.000<0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 5. Terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang. Dengan hasil pengujian hipotesis kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji t, diperoleh hasil thitung sebesar 7.165 (thitung 7.165>tabel 1.984) dan signifikansi (*pvalue*) 0.000 (0.000<0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 6. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Jasa Pos Logistik Palembang. Dengan hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan uji f, diperoleh hasil fhitung sebesar 53.630 (53.630>3.089) dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000 (0.000<0.05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima

7. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dengan ini peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, responden terendah berada pada item pernyataan tujuh mengenai memberikan penjelasan mengenai pelayanan kepada konsumen, yang memperoleh persentase skor sebesar 66.20%. Sehingga dalam hal ini dapat diartikan bahwa karyawan yang bertugas kurang memberikan penjelasan-penjelasan mengenai berbagai pilihan layanan yang disediakan oleh Pos logistic, untuk menanggulangi hal ini pihak manajemen Pos logistic mampu lebih tegas untuk menerapkan SOP yang berlaku di kantor pusat maupun kantor cabang Pos logistik, selain itu Pos logistic bisa menempelkan banner yang berisikan layanan-layanan yang disediakan oleh Pos logistic, sehingga konsumen yang datang bisa membacanya sendiri.
2. Pada variabel kepuasan pelanggan, tanggapan responden terendah berada pada item pernyataan pertama mengenai puas secara keseluruhan mengenai pelayanan pengiriman poslogstic, yang memperoleh persentase skor sebesar 64.20%. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pengiriman yang dilakukan oleh pos logistic tidak membuat puas konsumen, ketidak puasan konsumen ini diakibatkan keterlambatan pengiriman dan keterlambatan tiba kiriman ke alamat yang dituju. Tentunya hal ini harus diperbaiki oleh Pos logistic salah satunya dengan memperbaiki kualitas dan kecepatan pengiriman, berani bertanggung jawab jika barang yang dikirim terlambat datang, memberikan kompensasi jika terdapat keterlambatan pengiriman barang, hal ini berguna untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen kepada Pos logistik dan memberikan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Pos logistik.
3. Pada variabel loyalitas pelanggan, tanggapan responden terendah berada pada item pernyataan pertama mengenai tertarik untuk menggunakan layanan pos logistic kembali, yang memperoleh persentase skor sebesar 63.00%. Hal ini dapat diartikan bahwa masih kurang tingginya ketertarikan konsumen atau masyarakat untuk menggunakan layanan pos logistic, hal ini dapat mengakibatkan susahnya kenaikan penggunaan layanan pos logistic, untuk meningkatkan ketertarikan konsumen atau masyarakat menggunakan pos logistic, pihak manajemen pos logistic dapat menarik konsumen dengan cara melakukan branding di semua aspek social media, menjadikan influencer sebagai brand ambassador, membuat iklan menarik di social media, dan memberikan potongan harga yang menarik untuk konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung.
- Aprianto, R., & Hakim, L. (2016). The Effect Of Price, Quality Of Product And Quality Of Service To Purchase Interest In Sea Transportation Service At Pt. Marinatama Gemanusa Batam Route Telaga Punggur-Tg. Pinang. *Equilibiria*, 3(2)
- Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35854>
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunkan jasahotel rizen kedaton Bogor. 1(2), 83–101.CV Alfabeta.
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118
- B Handoko. 2017. “Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan”. *Jurnal ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol 18 No. 1.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4 : Andi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, Abdul. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT Vol. 4 No. 1.
- Hurriyati, R. (2020). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.
- Jened, R.,(2015). *Hukum Merek (trademark law)*. Jakarta : Kencana.
- Jonathan Sarwono dan Hendra Nur Salim. (2017) *Prosedur-Prosedur Populer Statistik untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Yogyakarta : Gava Media.
- Juliandi, A. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis. Medan : M2000.
- Kamilullah, Jihad. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk di Toko XYZ.
- Kotler, K.,(2009). *Manajemen Pemasaran*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.Kotler, P. & Keller K. L., (2008). *Marketing Management*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, P. & Keller K. L., (2013). *Marketing Management*. Jakarta : Indeks.
- Kotler dan Keller. 2014. Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Sumarlijati, T., Suprihanta, C. P., & Setiawan, I. T. (2021). Factors In Purchase Intention Of Foreign Soccer Club Jersey. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35661>