

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR CABANG MINAHASA SELATAN ”***THE IMPACT OF THE QUALITY OF SERVICE AND CONSUMENT SATISFACTION TO LOYALTY OF THE CONSUMENT PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR BRANCH SOUTH MINAHASA*

Oleh:

**Christian Koloy<sup>1</sup>**  
**Silcyljeova Moniharapon<sup>2</sup>**  
**Djemly Woran<sup>3</sup>**<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[christiankoloy@gmail.com](mailto:christiankoloy@gmail.com)[silcyljeovamoniharapon@unsrat.ac.id](mailto:silcyljeovamoniharapon@unsrat.ac.id)[worandjemly@unsrat.ac.id](mailto:worandjemly@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Pada era globalisasi saat ini, kebutuhan jasa pengiriman banyak sekali kemajuan dan perkembangan sehingga semakin diminati setiap harinya, terutama pada situasi saat ini yaitu Covid 19. Kemajuan teknologi di era globalisasi cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis. Terlebih dalam hal mengirimkan barang yang menyangkut keterjangkauan wilayah. Dapat lihat juga dengan situasi sekarang ini, dimana di Indonesia bahkan di seluruh dunia sedang terjadi pandemi Covid 19, yang mengharuskan semua masyarakat lebih diajarkan untuk tetap berada dalam rumah. Dengan begitu, kebutuhan-kebutuhan untuk menunjang agar tetap dapat bertahan dirumah seperti makanan, minuman, dan kebutuhan lainnya harus dipesan secara online. Sehingga dengan situasi ini memberikan dampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang mulai di rintis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun berskala besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan, namun secara parsial kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Untuk PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan agar mempertahankan dan meningkatkan lagi Kualitas pelayanannya sehingga konsumen yang menggunakan jasa dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa akan menjadi lebih loyal dan terus menerus menggunakan jasa dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

**Abstract:** In the current era of globalization, the need for delivery services is a lot of progress and development so that it is increasingly in demand every day, especially in the current situation, namely Covid 19. Technological advances in the era of globalization tend to make people like everything that is easy and practical. Especially in terms of sending goods related to regional affordability. You can also see the current situation, where in Indonesia and even throughout the world there is a Covid 19 pandemic, which requires all people to be advised to stay at home. That way, necessities to support them to survive at home such as food, drinks, and other necessities must be ordered online. So that this situation has an impact on the increasing number of new business units that have been initiated by the community, both small, medium and large scale. This study aims to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at PT. Tiki Line Nugraha Ekakurir South Minahasa Branch. The analytical method used is multiple linear regression. The results of hypothesis testing found that simultaneously Service Quality and Consumer Satisfaction had a significant effect on Consumer Loyalty of PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, South Minahasa Branch, but partially customer satisfaction has no effect on consumer loyalty. For PT. Tiki Lane Nugraha Ekakurir South Minahasa Branch in order to maintain and improve the quality of its services so that consumers who use the services of PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Minahasa Branch will become more loyal and will continue to use the services of PT. Tiki Line Nugraha Ekakurir South Minahasa Branch.

**Keywords:** Service quality, consumer satisfaction, consumer loyalty.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, kebutuhan jasa pengiriman banyak sekali kemajuan dan perkembangan sehingga semakin diminati setiap harinya, terutama pada situasi saat ini yaitu Covid 19. Kemajuan teknologi di era globalisasi cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis. Terlebih dalam hal mengirimkan barang yang menyangkut keterjangkauan wilayah. Dapat lihat juga dengan situasi sekarang ini, dimana di Indonesia bahkan di seluruh dunia sedang terjadi pandemi Covid 19, yang mengharuskan semua masyarakat lebih diajarkan untuk tetap berada dalam rumah. Dengan begitu, kebutuhan-kebutuhan untuk menunjang agar tetap dapat bertahan dirumah seperti makanan, minuman, dan kebutuhan lainnya harus dipesan secara online. Sehingga dengan situasi ini memberikan dampak pada semakin banyaknya unit usahabaru yang mulai di rintis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun berskala besar.

Fenomena ini diikuti juga dengan pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan jasa pengiriman yang dipercaya memiliki kualitas mumpuni dengan berbagai bentuk layanan jasa pengiriman yang memudahkan pelanggan untuk memilih jasa yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satu jasa pengiriman yang diminati adalah perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir yang selanjutnya disebut JNE. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kurir *express* yang berkantor pusat di Jakarta. Kantor JNE Cabang Minahasa Selatan yang beralamat di Jl. Trans Sulawesi, Kelurahan Bitung, Amurang, Minahasa Selatan. Jenis Pelayanan yang ditawarkan oleh JNE Cabang Minahasa Selatan yaitu Pick Up, Packaging Kayu, Packaging Dus, dan Corporate.

JNE Cabang Minahasa Selatan mulai beroperasi yaitu pada tahun 2016. Saat itu dimulai dirumah pemilik, kemudian melakukan kontrak di sebuah tempat. Dan pada tahun 2017 sudah lebih berkembang, mereka lakukan kontrak di sebuah Ruko. JNE Cabang Minahasa Selatan juga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen tidak menutup kemungkinan ada beberapa hal yang kurang memuaskan bagi para pengguna jasa antara lain adalah adanya kerusakan terhadap barang konsumen, keterlambatan pengiriman barang, atau hilangnya barang konsumen yang kerap terjadi pada jasa pengiriman sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan. Untuk mengetahui pengaruh Promosi (Promotion) Terhadap Minat Beli Konsumen di COOL Supermarket Tomohon

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler. P, dan Keller (2016:11), mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

### Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa factor dapat memenuhi harapan

konsumen seperti pernyataan tentang kualitas dalam Tjiptono (2016:164), “Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut beberapa definisi di atas dalam kata lain, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen.

### Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan Pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar dan Husein, 2016:50). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

### Loyalitas Konsumen

Menurut Lupiyoadi, (2016:25). “Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Sedangkan menurut Tjiptono (2016:110), “loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, took atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

### Penelitian Terdahulu

Andayani (2017). Jumlah sampel yang didapatkan menggunakan perhitungan Slovin Sebanyak 80 Responden dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda menggunakan program SPSS 20. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam.

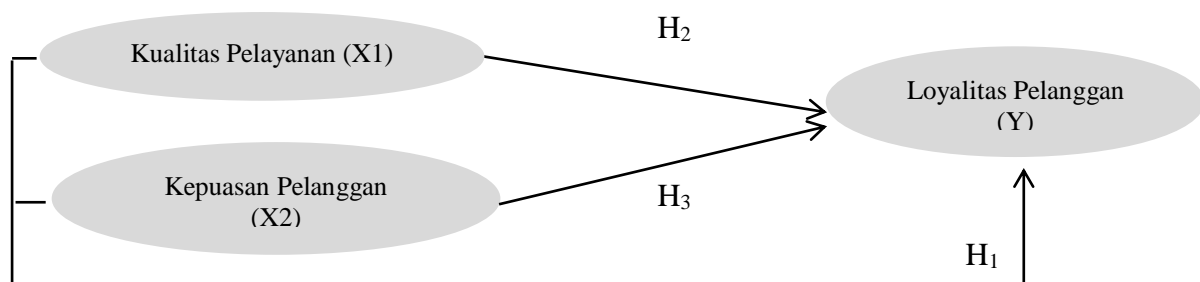
Mandang, Saerang, dan Frederick Worang (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan harga, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial kualitas pelayanan dan lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variable harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan lingkungan fisik memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan sehingga manajer harus mempertimbangkan kedua factor tersebut.

Maramis, Sepang, dan Soegoto (2018). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus bias menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

### Hipotesis Penelitian

- H<sub>1</sub> : Diduga Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.  
 H<sub>2</sub> : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.  
 H<sub>3</sub> : Diduga Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.

### Model Penelitian



**Gambar 1. Model Penelitian**  
 Sumber: Kajian Teori, (2021)



**METODE PENELITIAN****Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016 :112). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yakni berupa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang harus dijawab dan diisi oleh responden.

**Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Sugiyono (2016:115) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE Cabang Minahasa Selatan yang berjumlah 1530 Konsumen, data ini didapatkan melalui observasi langsung pada objek penelitian selama 4 bulan terakhir. Sampel pada penelitian ini berjumlah 93 responden, dengan menggunakan Teknik Sampling Rumus Slovin.

**Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di JNE Cabang Minahasa Selatan, dengan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif pada penelitian ini yaitu data tanggapan responden terhadap kuesioner yang diberikan dan jumlah sampel responden.

Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (objek) tidak melalui perantara, dalam hal ini dengan melakukan survey lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original lewat pembagian kuesioner.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dengan kuisisioner dan menggunakan skala likert.

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas merupakan derajat kecepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2016 : 455). Bila signifikansi hasil korelasi  $< 0,05$  (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dikatakan tidak valid. Reliabilitas / keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009).

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas kuisisioner penelitian, uji asumsi klasik (uji Normalitas dan uji Heteroskedastisitas dan uji Multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

**Uji Normalitas**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2009). Cara termudah untuk melihat normalitas yaitu analisis grafik.

**Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2009). Suatu analisis dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $< 10$  (Ghozali, 2009).

**Uji Heterokedastisitas**

Uji hesterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan

lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastitas (Ghozali, 2009). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastitas, dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat atau dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji f (Simultan) dan Uji t (Parsial)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara serentak terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2009). Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, tapi jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti bahwa secara serentak  $X_1 X_2 X_3$  berpengaruh terhadap Y. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2009). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

### Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

#### HASIL PENELITIAN

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Sig	Alpha	Status
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	X <sub>1.1</sub>	0.498	0.201	0,000	0,05	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0.685	0.201	0,000	0,05	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0.785	0.201	0,000	0,05	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0.794	0.201	0,000	0,05	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0.716	0.201	0,000	0,05	Valid
<b>Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>)</b>	X <sub>2.1</sub>	0.811	0.201	0,000	0,05	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0.883	0.201	0,000	0,05	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0.773	0.201	0,000	0,05	Valid
<b>Loyalitas Konsumen (Y)</b>	Y <sub>1</sub>	0.649	0.201	0,000	0,05	Valid
	Y <sub>2</sub>	0.689	0.201	0,000	0,05	Valid
	Y <sub>3</sub>	0.696	0.201	0,000	0,05	Valid
	Y <sub>4</sub>	0.609	0.201	0,000	0,05	Valid
	Y <sub>5</sub>	0.759	0.201	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25 (2021)

Dapat dilihat bahwa semua pernyataan dinyatakan valid karena nilai *probability (sig)* semua pernyataan lebih kecil dari 0,05 (*Alpha*) dan semua nilai koefisien r hitung (*pearson correlation*) semua pernyataan lebih besar dari r tabel 0.201.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

#### HASIL PENELITIAN

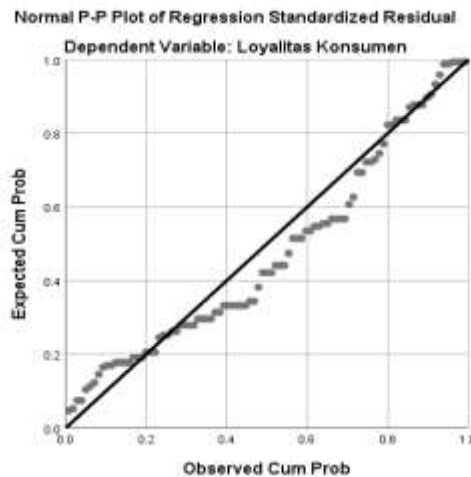
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0.742	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X <sub>2</sub> )	0.751	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0.708	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25 (2021)

Dapat dilihat bahwa menunjukkan bahwa, hasil yang diperoleh dari tes reliabilitas adalah semua nilai hasil setiap variabel (X1,X2,Y) menghasilkan Cronbach’s alpha value >0.6. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini dapat diandalkan/Reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

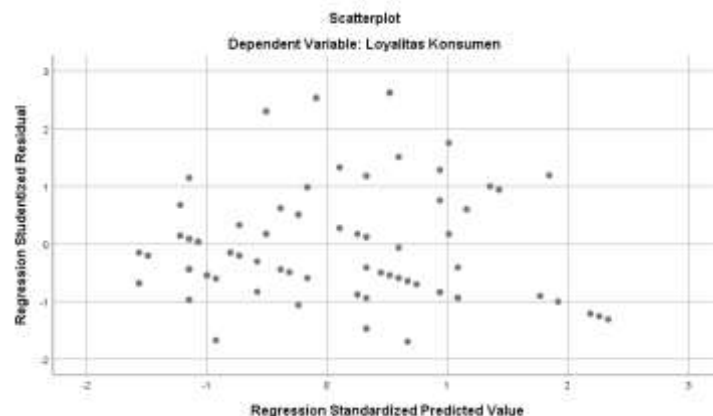
**Uji Normalitas**



**Gambar 2. Normal P-Plot Regression Standardized Residual**  
*Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25 (2021)*

Gambar diatas menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa Grafik normal P-P of Regression Standardized Residual menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas**



**Gambar 3. Scatterplot**  
*Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25 (2021)*

Gambar diatas menyatakan bahwa Gambar tersebut adalah hasil dari uji heteroscedasticity menggunakan scatterplot. Titik-titik didalam scatterplot menyebar diatas dan bawah 0 dalam poros Y. dapat disimpulkan hasil bahwa tidak ada gejala heteroscedasticity dalam model regresi ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	1.021	0.979	Non multikolinieritas
Kepuasan Konsumen (X <sub>2</sub> )	1.021	0.979	Non multikolinieritas

*Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25 (2021)*

Berdasarkan hasil pada tabel, menghasilkan Toleransi terhadap variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) 0.979, Kepuasan Pelanggan (X2) 0.979, dan VIF adalah dari Kualitas Pelayanan (X1) 1.021, Kepuasan Pelanggan (X2) 1.021, karena nilai toleransi  $> 0.100$  dan nilai VIF dibawah 10, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak ada gejala multikolinearitas.

**Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	159.773	2	79.887	21.707	.000 <sup>b</sup>
Residual	331.216	90	3.680		
Total	490.989	92			

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel diatas angka signifikan lebih kecil dari  $=0,05$  yang sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.

**Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)**

Model	T	T tabel	Sig
1 (Constant)	2.971	1.661	.004
Kualitas Pelayanan (X1)	6.401	1.661	.000
Kepuasan Konsumen (X2)	.626	1.661	.533

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 25 (2021)

Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) sebesar 6.401 lebih besar dari nilai t<sub>tabel</sub> sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga H<sub>0</sub> **ditolak** artinya Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y), dengan demikian H<sub>a</sub> **diterima**. Untuk variabel Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>) sebesar 0.626 lebih kecil dari nilai t<sub>tabel</sub> sebesar 1,661 dengan tingkat signifikan  $0,533 > 0,05$ , sehingga H<sub>0</sub> **diterima** artinya Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y), dengan demikian H<sub>a</sub> **ditolak**.

**Tabel 6. Koefisien Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	7.328	2.466
Kualitas Pelayanan (X1)	.549	.086
Kepuasan Pelanggan (X2)	.098	.156

Sumber: Output SPSS Versi 25 (2021).

Nilai koefisien regresi X1 sebesar .549 menunjukkan terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Nilai koefisien regresi X2 sebesar .098 menunjukkan terdapat tidak berpengaruh signifikan Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Loyalitas pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang



Minahasa. Hal ini dapat dilihat dari Hasil uji signifikansi F (sig. F) secara simultan dari variabel X1 dan X2 terhadap Y yaitu Loyalitas Konsumen sebesar 0,000.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan. Hal ini di buktikan melalui Nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 6.401 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak artinya Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y), dengan demikian  $H_a$  diterima.

### **Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan bahwa variabel Kepuasan Konsumen memiliki tidak pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan. Hal ini di buktikan melalui Nilai thitung untuk variabel Kepuasan Konsumen (X2) sebesar 0.626 lebih kecil dari nilai ttabel sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi  $0,533 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima artinya Kepuasan Konsumen (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y), dengan demikian  $H_a$  ditolak.

### **Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan
3. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan agar mempertahankan dan meningkatkan lagi Kualitas pelayanannya sehingga konsumen yang menggunakan jasa dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan akan menjadi lebih loyal dan terus menerus menggunakan jasa dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Minahasa Selatan.
2. Penelitian yang akan dilakukan supaya dapat memperluas penelitian dengan menambahkan factor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat lebih menggambarkan kondisi sesungguhnya selama jangka panjang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andayani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Bata. *Journal of Applied Business Administration*, 1 (2). Pages 232-243. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/atricle/view619>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, dan Keller. (2016) *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke 3: Jakarta. Salemba Empa.
- Mustafa. (2009). *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi*. Yogyakarta. Grahailmu.



Maramis, Sepang, dan Soegoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, HARGA, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6 (3).  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20411>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Edisi Pertama. Bandung. Alfabeta.

Tjiptono. (2016). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.

