

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN BARANG PT. J&T DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DANU BUDI PRAKOSO

11130071

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2019

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN BARANG PT. J&T DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DANU BUDI PRAKOSO

11130071

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2019

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN BARANG PT. J&T DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

DANU BUDI PRAKOSO

NIM : 11130071

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN
BARANG PT. J&T DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DANU BUDI PRAKOSO

11130071

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

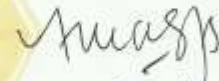
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **29 MAR 2019**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM :
(Ketua Tim)



2. Jonathan Herdioko, SE., MM :
(Dosen Pembimbing)



3. Dra. Ety Istriani, MM :
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, **05 APR 2019**

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



DR. Singgih Santoso, MM



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA JASA
PENGIRIMAN BARANG PT. J&T DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi mana pun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 18 Maret 2019



Danu Budi Prakoso

11130071

HALAMAN MOTTO

“Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat.”

(QS: Al-Mujadilah 11)

“If you never try, you’ll never know.”

(Coldplay)

“Legends Never Surrender.”

(Gatot Kaca – Mobile Legends)

“Jangan mencoba untuk menjadi sama, tetapi jadilah lebih baik.”

“Tidak ada batasan dari sebuah perjuangan.”

“Ojo rumongso biso, naning dadio kang biso rumangsa.”

“Setiap orang punya waktunya sendiri.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Allah SWT

Orang tua Saya Tercinta, Bapak, Ibu, dan Kakak.

Keluarga Besar beserta Saudara-Saudari Saya Terkasih.

Dosen Pembimbing Skripsi Saya, Jonathan Herdioko, SE, MM..

Sahabat saya, John Marthen Hehanussa dan Sanjaya Dewa.

Teman Yang Tebaik bagi Saya, Choky, Bayu, Kentung, Dedy, Yohan, Jimmy
Marcelino, Antonio, Breksi.

Teman-teman Discord saya, Ryan Maulana, Bii, Epan, Daniel, Ateng, Nico.

Teman-Teman Kuliah UKDW.

Teman-Teman di Gombong dan di Yogyakarta yang tak bisa di sebutkan satu
persatu.

Universitas Kristen Duta Wacana.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT. J&T di Daerah Istimewa Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Allah SWT atas berkat dan rahmat yang tidak terhingga dalam kehidupan saya. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW.
2. Kedua Orang Tua tercinta saya. Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan

cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertulisan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia karna kusadari, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu, terima kasih yang selalu mendoakan untuk kebaikan ku. Terima kasih Bapak.. Terima Kasih Ibu..

3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM, selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan selalu memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua keluarga terkasih di kota Gombong, Ngawi, dan Sanggau yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
7. Untuk sahabat saya: John Marthen dan Sanjaya Dewa yang selalu memotivasi dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kos (Choky, Bayu, Dedy, Angga, Yohan, Ipeh, Kentung) dan teman DD House (Antonio, Jimmy Marcelino) yang mana sudah membantu dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Discord : Ryan, Bii, Daniel, Epan, Breksi, Ateng, Nico yang telah banyak memberikan masukan, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
11. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu cek kebenaran dalam mengolah data skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta,

Penulis,

Danu Budi Prakoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	4
BAB II. LANDASAN TEORI	6
2.1. Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6

2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.1 Konsep Pemasaran	7
2.2. Kualitas, Jasa, Pelayanan, dan Kualitas Pelayanan	8
2.2.1. Pengertian Kualitas	8
2.2.2. Jasa	9
2.2.3. Pelayanan	10
2.2.4. Kualitas Pelayanan	11
2.3. Loyalitas	13
2.3.1. Pengertian Loyalitas	13
2.4. Penelitian Sebelumnya	15
2.5. Kerangka Penelitian	18
2.6. Hipotesis	20
BAB III. METODE PENELITIAN	21
3.1. Jenis Penelitian	21
3.2. Subjek dan Objek Penelitian	21
3.3. Waktu dan Lokasi	21
3.4. Variabel Penelitian	22
3.5. Populasi dan Sampel	24
3.5.1 Populasi	24
3.5.2 Sampel	24
3.6. Teknik Pengambilan Sampel	25
3.7. Sumber Data	25
3.8. Teknik Pengumpulan Data	26
3.9. Pengukuran Variabel	26

3.10. Teknik Pengujian Instrumen	27
3.10.1. Uji Validitas	27
3.10.2. Uji Reliabilitas	28
3.11. Teknik Analisis Regresi Berganda	29
BAB IV. HASIL PENELITIAN	32
4.1. Profil Konsumen	32
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Per Bulan	35
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	36
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
4.2.1. Uji Validitas	37
4.2.2. Uji Reliabilitas	42
4.2.3. Uji Hipotesis	43
4.2.3.1. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.2.3.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.2.3.3. Uji F	47
4.2.3.1. Uji t	49
4.3. Pembahasan	54

BAB V. Simpulan dan Saran	59
5.1. Simpulan	59
5.2. Keterbatasan Penelitian	61
5.3. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	

©UKDW

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Keandalan	38
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Ketanggapan.....	39
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Jaminan	40
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Empati	40
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas	42
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	43
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.9. Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	47
Tabel 4.10. Hasil uji F	47
Tabel 4.11. Hasil Uji t	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	36
Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan	37

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner penelitian

Lampiran B. Hasil uji validitas dan reabilitas

Lampiran C. Koefisien R^2 , Uji F, dan Uji t

Lampiran D. Tabel t hitung, Tabel F hitung

Lampiran E. Tabel r

©UKDW

ABSTRAK

PT. J&T Express adalah perusahaan jasa pelayanan pengiriman barang dan dokumen yang telah berdiri sejak tanggal 20 Agustus 2015. Tepat di hari tersebut, PT Global Jet Express meresmikan kantor pusatnya di Pluit, Jakarta Utara.

Adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT. J&T di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsivness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), dan Bukti Fisik (*tangible*) terhadap loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan konsumen yang pernah maupun masih menggunakan jasa pengiriman PT. J&T yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel keandalan, jaminan, dan bukti fisik mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Loyalitas Konsumen, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

PT. J&T Express is a freight forwarding and document services company that has been offered since August 20th, 2015. Right on this day, PT Global Jet Express has opened its headquarters in Pluit, North Jakarta.

The title of this study is "Analysis of the Effect of Service Quality Dimensions on Consumer Loyalty on Users of Goods Shipping Services PT. J&T in the Special Region of Yogyakarta ". This study examines the effect of independent variables which are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible on consumer loyalty. The purpose of this study was to analyze the effect of independent variables on consumer loyalty. This research was conducted with a participatory method for 100 respondents representing consumers who had used the shipping service of PT. J&T obtained using purposive sampling technique. Then an analysis of the data obtained in the form of validity test, reliability test, multiple regression analysis, coefficient of determination, F test, and t test.

The results of the examination simultaneously show service quality (X) consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible related to the significant influence of consumer loyalty with a significance value of 0,000 <0,05. The test results partially show that the variables approve, secure, and prove the truth has to do with consumer loyalty.

Keywords: *Consumer Loyalty, Service Quality*

ABSTRAK

PT. J&T Express adalah perusahaan jasa pelayanan pengiriman barang dan dokumen yang telah berdiri sejak tanggal 20 Agustus 2015. Tepat di hari tersebut, PT Global Jet Express meresmikan kantor pusatnya di Pluit, Jakarta Utara.

Adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT. J&T di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsivness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), dan Bukti Fisik (*tangible*) terhadap loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan konsumen yang pernah maupun masih menggunakan jasa pengiriman PT. J&T yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsivness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel keandalan, jaminan, dan bukti fisik mempunyai pengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Loyalitas Konsumen, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

PT. J&T Express is a freight forwarding and document services company that has been offered since August 20th, 2015. Right on this day, PT Global Jet Express has opened its headquarters in Pluit, North Jakarta.

The title of this study is "Analysis of the Effect of Service Quality Dimensions on Consumer Loyalty on Users of Goods Shipping Services PT. J&T in the Special Region of Yogyakarta ". This study examines the effect of independent variables which are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible on consumer loyalty. The purpose of this study was to analyze the effect of independent variables on consumer loyalty. This research was conducted with a participatory method for 100 respondents representing consumers who had used the shipping service of PT. J&T obtained using purposive sampling technique. Then an analysis of the data obtained in the form of validity test, reliability test, multiple regression analysis, coefficient of determination, F test, and t test.

The results of the examination simultaneously show service quality (X) consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible related to the significant influence of consumer loyalty with a significance value of 0,000 <0,05. The test results partially show that the variables approve, secure, and prove the truth has to do with consumer loyalty.

Keywords: *Consumer Loyalty, Service Quality*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Jasa pelayanan pengiriman barang di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat dan memiliki peran yang strategis dibidang perekonomian Indonesia. Jasa pelayanan pengiriman barang memiliki peran sebagai transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan.

Salah satu jasa pengiriman di Indonesia yaitu PT. J&T. PT. J&T memanfaatkan secara betul-betul perkembangan teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Baik itu dalam sistem proses transaksi, maupun pengontrolan proses pengiriman barang.

Dalam perkembangannya, jasa pelayanan pengiriman barang dituntun untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepercayaan dan loyalitas konsumen. Beberapa upaya yang telah dilakukan PT. J&T yaitu berupa perluasan layanan di seluruh Indonesia, peningkatan kualitas sistem, dan peningkatan dalam segi kecepatan pengiriman barang.

Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, PT. J&T melakukan beberapa inovasi yang salah satunya melalui kerja sama dengan beberapa perusahaan *ecommerce* seperti Shopee dan Buka Lapak, dan untuk ongkos kirim yang di tawarkan J&T tidak kalah bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman sejenis. Selain itu, PT. J&T juga memiliki 2.000 *drop point* dan hampir 2.000 *collection point* sehingga mudah di jangkau pelanggan di seluruh Indonesia.

Untuk membantu para pebisnis *online* di Indonesia, PT. J&T memberikan layanan maksimal sesuai slogan yang dimiliki yaitu “*Express Your Online Business*“, di mana para pebisnis *online* dalam bisnisnya memiliki rasa tenang dan tanpa rasa khawatir terhadap keamanan barang yang mereka kirimkan.

Dalam segi layanan, PT. J&T sedang berusaha menjadi perusahaan terbaik di segi layanan dibandingkan perusahaan pesaing yang sejenis, PT. J&T memberikan layanan berupa proses klaim yang cepat selama sekitar 3 hari untuk paket yang hilang maupun paket yang rusak, layanan teknologi *real-time tracking system* untuk mengetahui posisi teraktual paket pengiriman, serta layanan gratis jemput paket di tempat.

Walaupun PT. J&T di Indonesia masih baru bahkan dengan kompetitor yang setara yaitu JNE, penulis percaya bahwa ada sebagian konsumen yang benar-benar menggunakan jasa PT. J&T.

Dari penjelasan di atas maka penulis mengambil judul “**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG PT. J&T DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**”

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang mendasari penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Apakah dimensi kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi loyalitas konsumen PT. J&T?
- b. Apakah dimensi kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi loyalitas konsumen PT.J&T?

1.3 Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk menjelaskan pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas konsumen PT.J&T.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas konsumen PT.J&T.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat dipergunakan oleh beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan yang dapat berdampak bagi kepuasan konsumen itu sendiri.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi peneliti-peneliti berikutnya, atau sebagai pembanding untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai penerapan dan pengembangan ilmu yang telah di dapat selama perkuliahan. Selain itu, penelitian ini sebagai sarana penerapan teori-teori dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah agar penelitian ini tidak terlalu luas, maka penelitian ini difokuskan pada :

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau masih menggunakan jasa PT. J&T di Yogyakarta.
2. Penelitian akan dilakukan pada bulan Desember 2018 sampai dengan bulan Januari 2018.

3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
- a. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk menyediakan informasi yang akurat.
 - b. Ketanggapan (*Responsivness*) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
 - c. Jaminan (*Assurance*) adalah menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa dan penyedia jasa menciptakan rasa aman untuk pelanggan.
 - d. Empati (*Empathy*) berarti memahami permasalahan dari pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.
 - e. Bukti Fisik (*Tangible*) berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan materi yang digunakan perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil Konsumen

- a. Berdasarkan jenis kelamin disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin pria.
- b. Berdasarkan usia disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden usia 20 tahun – 30 tahun.
- c. Berdasarkan pekerjaan disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden Pelajar/Mahasiswa.
- d. Berdasarkan pendidikan terakhir disimpulkan paling banyak adalah SMA/Sederajat.
- e. Berdasarkan pengeluaran per bulan disimpulkan responden paling banyak pengeluarannya antara Rp. 1.500.001 – Rp 3.000.000 per bulan.
- f. Berdasarkan jumlah kunjungan selama tahun 2018 disimpulkan bahwa paling banyak responden telah mengunjungi layanan pengiriman PT. J&T sebanyak 1-3X selama 2018.

2. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan (Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik) terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. J&T

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang PT. J&T. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
2. Ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang PT. J&T. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
3. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang PT. J&T. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
4. Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang PT. J&T. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
5. Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang PT. J&T. Dengan demikian penelitian ini diterima.
6. Dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang PT. J&T secara simultan. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Cakupan jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
2. Ukuran Loyalitas konsumen terhadap kualitas pelayanan hanya menggunakan *ServQual (Service Quality)*.

5.3. Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Dalam hal variabel keandalan, diperoleh nilai probabilitas keandalan sebesar 0,006. Penelitian ini menyatakan bahwa nilai keandalan mempengaruhi loyalitas konsumen, ini membuktikan bahwa pihak PT. J&T harus memperhatikan variabel ini. Hal ini dikarenakan faktor keandalan merupakan salah satu bagian dari rangkaian kualitas layanan.
2. Dalam hal variabel ketanggapan, diperoleh nilai probabilitas ketanggapan sebesar 0,833. Variabel ini tidak memiliki pengaruh besar dalam loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian ini, diharapkan pihak J&T meningkatkan kualitas karyawan dalam melayani konsumen yang di mana karyawan tidak hanya berdiam diri akan tetapi lebih aktif dan tanggap dalam melayani konsumen.
3. Dalam hal variabel jaminan, diperoleh nilai probabilitas jaminan sebesar 0,000. Variabel jaminan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil nilai probabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa memberikan jaminan layanan yang baik dan

memperhatikan jaminan atas barang yang dikirim dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada PT. J&T.

4. Dalam hal variabel empati, diperoleh nilai probabilitas empati sebesar 0,487. Berarti variabel empati tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Akan tetapi, diharapkan PT. J&T meningkatkan kepedulian karyawan terhadap konsumen, sehingga konsumen merasa diperhatikan dan dapat semakin meningkatkan loyalitas konsumen.
5. Dalam hal variabel bukti fisik, diperoleh nilai probabilitas bukti fisik sebesar 0,000. Dapat diartikan, variabel bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Diharapkan PT. J&T selalu meningkatkan kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam mendapatkan informasi.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan cakupan jumlah responden.
2. Waktu penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan setelah konsumen selesai menggunakan jasa PT. J&T, agar loyalitas konsumen dapat diukur dengan lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Ekuitas Merek*. Edisi Indonesia. Jakarta: Mitra Utama.
- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Barata, A.A. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko. (1997). *Manajemen Pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko. (2004). *Manajemen Pemasaran Prilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Dasilva, Leopolda. L.V.M. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Metode Servqual Pada PT. Cipaganti Citra Graha Tbk*. Skripsi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Furchan, A. (2007). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gage, Susan M. (2006). *Seri Manajemen; Strategi Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: ARGO Publisher.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hadiyati, E. (2010, Juli-Desember). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonseia (Persero) Kantor Pos Lawang)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Modern. Vol. 2, No. 2: 81-90
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management. Edisi Milenium*. New Jersey: Prattice Hall Intl, Inc.

- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12. New Jersey: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C.H dan Wright, L.K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks.
- Mursid, M. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1, Cetakan 1. Jakarta: Universitas Terbuka Depdikbud.
- Peter, Paul J. Dan Olson, Jerry C. (2000). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Saputro, K.P.A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana.
- Rangkuti, Freddy. (1997). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, Michael R. (2012). *Consumer Behavior. 9th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, Agus. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, Willian J. (1984). *Fundamentals of Marketing*. 8th Edition. London: Mc Graw Hill.
- Swasta, Basu. (2002). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta. Liberty.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.

Zilfia, Y.E. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Melia Ara Di Bandar Lampung*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

©UKDW