

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JASA EKSPEDISI LION PARCEL
BOJONEGORO**

SKRIPSI



Oleh:

RAFLY RAZIF ABDULLAH

NIM : 19010010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA
EKSPEDISI LION PARCEL BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen
pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

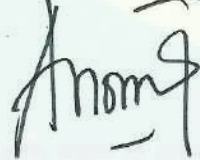
Oleh :

Rafly Razif Abdullah

NIM. 19010010

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I,



Latifah Anom, SE., MM.
NIDN : 0702057305

Dosen Pembimbing II,



Abdul Azis Safii, SE., MM.
NIDN : 0715098303

Dipertahankan di depan panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA

Oleh:

Nama Mahasiswa : Rafly Razif Abdullah

NIM : 19010010

Disetujui dan diterima pada:

Hari, tanggal : Jum'at, 28 Juli 2023

Tempat : Ruang F Kampus STIE Cendekia Bojonegoro

Panitia Penguji Skripsi:

1. Ketua Penguji : Drs. Suprpto, MM.
2. Anggota Penguji : Eka Adiputra, SE., MSM.
3. Sekretaris Penguji : Abdul.Azis Safii, SE., MSM

()
()

Disahkan Oleh:

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia

Ketua



Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak.
NIDN. 0705067503

MOTTO

Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pohon, melainkan untuk menguji
kekuatan akarnya

(Ali bin Abi Thalib)

Kupersembahkan untuk :

Diri saya sendiri yang telah berjuang menyelesaikan pendidikan Sarjana

Manajemen,

Ayahku M. Zaeni dan Ibuku Eni Dwi Astutik,

Istri dan Adikku,

Keluargaku,

Dosen dan Karyawan STIE Cendekia Bojonegoro

Sahabat-sahabatku,

Almamaterku,

Bangsa dan Negaraku

ABSTRAK

Abdullah, Rafly Razif. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro*. Skripsi. Manajemen. STIE Cendekia. Latifah Anom, SE., MM. selaku pembimbing satu dan Abdul Azis Safii, SE., MM. selaku pembimbing dua.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang menggambarkan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro. Kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 600 customer berdasarkan jumlah rata-rata pengguna jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro dalam satu bulan, dengan sampel sebanyak 86 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden, sedangkan data sekunder diambil dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan pada bab pembahasan, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut : Pertama, perbaikan fasilitas fisik yang meliputi pelebaran ruang tunggu dan pelebaran area parkir. Kedua, Dengan pemberian penghargaan berupa cashback dan potongan ongkos kirim kepada pelanggan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Rafly Razif Abdullah

NIM : 19010010

Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 28 Februari 1996

Agama : Islam

Pendidikan Sebelumnya : SMKN 4 Bojonegoro

Nama Orang Tua/ Wali : M. Zaeni

Alamat Rumah : Gg. H. Samsul Hadi RT. 008 RW. 002 Desa
Kalianyar Kecamatan Kapas Kabupaten
Bojonegoro

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat
Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas
Pelanggan Jasa Ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro

Bojonegoro, 14 Juli 2023

Penulis

Rafly Razif Abdullah

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rafly Razif Abdullah

NIM : 19010010

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Eksepdisi Lion Pacel Bojonegoro”** adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Manajemen yang saya terima dari STIE Cendekia untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 14 Juli 2023

Penulis



Rafly Razif Abdullah

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT pencipta manusia dan alam semesta. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Dari keteladanannya kita mendapatkan nilai-nilai acuan bagaimana berinteraksi dengan sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (SM) jenjang Strata-1 Program Studi Manajemen, dan penelitiannya bertujuan untuk mengetahui, menganalisa suatu masalah yang diangkat dalam skripsi ini dan mengambil manfaat dari hasil kesimpulannya.

Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya,
2. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.
3. Ibu Latifah Anom. SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
4. Ibu Latifah Anom. SE., MM. dan Bapak Abdul Aziz Safii, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah mendampingi, memberikan bimbingan serta petunjuk dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Para Dosen, Karyawan, Rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini .

6. Orang tua dan istri yang selalu memberi motivasi dan dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis.
7. Lion Parcel Bojonegoro Pos CV. Berkah Trisula yang telah memberi izin tempat dan waktu untuk melakukan penelitian ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan semangat serta motivasi dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
9. Juga pihak lain yang terlibat dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kelemahan dan kekurangan. Untuk itu, penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis sendiri.

Bojonegoro, 14 Juli 2023

Mahasiswa / Penulis

Rafly Razif Abdullah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
BIODATA SINGKAT PENULIS	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Cakupan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	
A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori.....	12
1. Kualitas Pelayanan	12
a. Pengertian kualitas pelayanan	12
b. Tujuan dan fungsi pelayanan.....	13
c. Indikator konsep pengukuran pelayanan.....	13
2. Kepuasan Pelanggan	14
a. Pengertian kepuasan pelanggan.....	14
b. Faktor - faktor kepuasan pelanggan	15
c. Indikator kepuasan pelanggan	16
3. Loyalitas Pelanggan.....	17

a. Pengertian loyalitas pelanggan	17
b. Karakteristik loyalitas pelanggan	18
c. Faktor – faktor loyalitas pelanggan	19
d. Indikator loyalitas pelanggan.....	20
4. Keterkaitan Antar Variabel.....	20
a. Hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas.....	20
b. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan	21
c. Hubungan kepuasan dengan loyalitas.....	23
B. Kajian Empiris	24
C. Kerangka Berpikir.....	29
D. Hipotesis.....	29

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian	31
B. Jenis dan Sumber Data	32
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	33
1. Populasi	33
2. Sampel	33
3. Teknik Sampling	34
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Metode dan Teknik Analisis Data.....	36
1. Karakteristik Responden	36
2. Uji Validitas	37
3. Uji Reliabilitas.....	37
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	37
5. Uji Persyaratan Analisis	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Homogenitas.....	38
6. Uji Hipotesis.....	39

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian.....	40
1. Sejarah Lion Parcel Bojonegoro	40

2. Visi dan Misi Lion Parcel Bojonegoro.....	40
3. Struktur Organisasi Lion Parcel Bojonegoro	41
4. Tugas dan tanggung jawab.....	41
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	42
1. Karakteristik Responden	42
2. Hasil Uji Validitas.....	46
3. Hasil Uji Reliabilitas	49
4. Hasil Uji Analisis Descriptive Statistic.....	50
5. Hasil Uji Persyaratan Analisis	51
a. Hasil Uji Normalitas	51
b. Hasil Uji Homogenitas	52
6. Hasil Uji Hipotesis	53
C. Pembahasan	55
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Transaksi Masuk Lion Parcel Bojonegoro Tahun 2022	7
2. Tabel Kajian Empiris	25
3. Tabel Analisis Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4. Tabel Analisis Karakter Responden Berdasarkan Usia	43
5. Tabel Analisis Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
6. Tabel Analisis Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
7. Tabel Analisis Karakter Responden Berdasarkan Jumlah Pengiriman.....	46
8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	47
9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	48
10. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	48
11. Hasil Uji Reliabilitas	49
12. Hasil Uji Descriptive statistic	50
13. Hasil Uji Normalitas	51
14. Hasil Uji Normalitas One sample Kolmogorov-Smirnov Test	52
15. Hasil Uji Homogenitas.....	53
16. Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Data Transaksi Masuk Lion Parcel Bojonegoro.....	8
2. Kerangka Pemikiran	29
3. Stuktur Organisasi Lion Parcel Bojonegoro	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lembar Kuisisioner
2. Identitas Responden
3. Hasil Output Kuesioner
4. Output SPSS Hasil Uji Statistik Karakteristik
5. Output SPSS Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
6. Output SPSS Hasil Uji Statistik Deskriptif
7. Output SPSS Hasil Uji Normalitas
8. Output SPSS Hasil Uji Homogenitas
9. Output SPSS Hasil Uji Hipotesis
10. Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi kini tumbuh dengan cepat termasuk di Kabupaten Bojonegoro. Keadaan ini dikarenakan oleh masuknya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi semua pelaku bisnis. Para pelaku bisnis saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan untuk dapat mendapatkan keunggulan yang kompetitif. Salah satu komponen paling penting dalam perusahaan yakni bagian pemasaran. Pemasaran ialah sebuah struktur keseluruhan dari aktivitas usaha yang direncanakan bagi perencanaan, penentuan, dan penyaluran produk-produk yang diperoleh memenuhi harapan serta menggapai tujuan dan misi suatu perusahaan. (Hutabarat, 2017: 133).

Kontribusi pemasaran untuk satu perusahaan yaitu pemasaran terlalu berarti sebagai harapan akhir suatu usaha. Keuntungan dan kerugian suatu usaha diperoleh dari prosedur pemasarannya. Maka dari itu, manusia yang berperan menjadi bagian pemasaran perlu dalam membangun kebijakan, jangan keliru dalam memperoleh kebijakan akibat pengaruhnya tentang aktivitas usaha yang terlalu canggih. Ada 2 hal pemasaran yang dipasarkan yaitu terkait dengan jasa dan produk. Jasa merupakan kegiatan ataupun aktivitas yang diperoleh usulan karena suatu sisi untuk sisi yang berbeda, atas landasannya tidak berbentuk serta tidak menimbulkan peralihan milik segalanya. (Fitriyana dan Susianto, 2018: 35).

Pada dasarnya ada banyak sekali bentuk-bentuk jasa yang sering digunakan

oleh masyarakat yaitu jasa pengiriman barang, jasa transportasi, jasa fotografi, jasa penginapan, jasa kebersihan dan lain sebagainya. Salah satu yang menawarkan jasa tersebut yaitu Lion Parcel dengan jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman produk sebagai suatu fasilitas yang diperlukan, bahkan di zaman serba modern banyak masyarakat yang membuka usaha online. Maka dari itu, mengirimkan produk dari satu wilayah ke wilayah yang berbeda yang jauh melakukan jasa pengiriman produk tersebut sangat diperlukan untuk masyarakat (Musyafah, 2018: 152). Di dalam kompetisi usaha jasa pengiriman produk yang semakin erat menetapkan setiap perusahaan untuk mencapai tujuan sepenuhnya apabila ingin melindungi keberadaannya dalam kompetisi usaha yang berbeda.

Meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan jalur darat maupun udara tidaklah mudah, salah satu caranya dengan memanfaatkan perilaku loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman tersebut secara terus menerus dan berulang-ulang. Hal ini dijelaskan oleh Ali Hasan (2008:83) yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Pelanggan pada dasarnya berasal dari konsumen biasa yang mencoba menggunakan jasa ataupun produk dari sebuah perusahaan. Pelanggan terbentuk dari pola kerja sama saling menguntungkan yang terjadi dalam proses kerjasama antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Tanpa kerjasama yang saling menguntungkan tidak akan ada yang disebut sebagai pelanggan. Tanpa

kerjasama yang saling menguntungkan yang ada hanyalah proses pembelian barang biasa tanpa diikuti dengan pembelian barang berulang-ulang di waktu lainnya.

Loyalitas adalah respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku membeli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan, tidak melibatkan aspek afektif di dalamnya Dharmesta (dalam Dharmayanti, 2006:37-38).

Perkembangan jasa pengiriman di Kabupaten Bojonegoro termasuk berkembang dengan cepat, terutama pada ekspedisi Lion Parcel yang sudah berjumlah 5 agen, dan 1 pusat ekspedisi Lion Parcel di Kabupaten Bojonegoro. Dengan adanya ekspedisi Lion Parcel ini memudahkan masyarakat untuk menggunakan jasa pengiriman paket dan dokumen bagi yang memerlukan sejumlah jasa pengiriman untuk kebutuhan masing-masing. (Oktaviani, 2018: 223).

Lion Parcel berdiri tanggal 14 februari 2013. Direktur Utama Lion Parcel adalah Farian Kirana. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa ekspres yaitu jasa pengiriman barang dan dokumen yang melayani pengiriman domestik dan internasional. Dukungan jaringan dan infrastruktur Lion Group sebagai salah satu maskapai penerbangan terbesar di Indonesia menjadi kekuatan Lion Parcel. Filosofi bisnisnya adalah mendukung percepatan perkembangan perdagangan di

semua wilayah tanah air melewati rancangan “Distribusi udara tepat waktu”. Layanan terintegrasi serta kepastian gerai tersebar hingga Sabang sampai Merauke, Lion Parcel akan selalu memajukan hubungan serta prestasi layanannya demi membagikan kejelasan serta keselamatan pengiriman barang dan dokumen yang dibantu akibat struktur kinerja layanan prioritas, sehingga terus meningkatkan kualitas pelayanan sebagai keseimbangan.

Untuk memenangkan persaingan dalam jasa pengiriman, Lion Parcel harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan jasa pengiriman yang lainnya. Di setiap jasa pengiriman, pelayanan merupakan peran terpenting untuk memenuhi kepuasan para pelanggan. karena kepuasan pelanggan merupakan bagian untuk menunjukkan perkembangan ekspedisi tersebut dan pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Agar mampu bersaing dan tidak kehilangan pelanggan, ekspedisi harus bisa menyusun strategi dalam pelayanan kepada pelanggannya. Pernyataan ini didukung oleh (Lubis, 2019: 26). Komponen penilaian untuk mengukur pelayanan jasa pengiriman dimulai dari bagian admin, customer service, kurir, penanganan bila terjadi kerusakan barang pada saat pengiriman, layanan pick up dan lain sebagainya. Pernyataan ini didukung oleh (Prihandoyo, 2019: 118) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus fokus pada kebutuhan dan harapan setiap pelanggan jasa pengiriman, dan penyampaian informasi harus tepat dan sesuai dengan informasi juga sangat penting saat pelanggan datang dan menanyakan ketepatan waktu pengiriman, harus dikomunikasikan dengan jelas pada waktunya untuk menghindari kesalah

pahaman. Layanan gratis jemput paket (*pick up*) juga berpengaruh besar dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi.

Ketepatan waktu pengiriman di ekspedisi Lion Parcel tergolong lebih baik dibandingkan dengan ekspedisi lainnya. Salah satu kelebihan ekspedisi Lion Parcel dibanding ekspedisi lainnya merupakan pengiriman yang hanya memerlukan waktu minimal 1 hari dan maksimal 2-3 hari. Secara umum, ketepatan waktu pengiriman ekspedisi lainnya sebagai bagian berarti yang wajib diamati, ketepatan waktu pengiriman merupakan yang terpenting. Ketepatan waktu pengiriman sangat dipengaruhi oleh jenis transportasi, jenis layanan, serta cuaca. Tentunya ketiga hal tersebut akan memengaruhi lamanya waktu barang sampai ditempat tujuan maupun keamanan barang. Andaikan waktu pengiriman barang terlampaui lama mendarat ke *customer* dan rusak ataupun bahkan terjadi kehilangan, tentunya akan mempengaruhi kepuasan customer terhadap perusahaan. Di dalam ketepatan waktu pengiriman, baik di ekspedisi lain ataupun di ekspedisi Lion Parcel, akan dihitung simulasi ongkir beserta fasilitas yang diberikan ekspedisi tersebut. (Aminah, 2017: 50).

Fasilitas setiap ekspedisi berbeda-beda, sedangkan Lion Parcel memiliki keunggulan mempunyai pesawat tersendiri, tergantung kebijakan dari masing-masing ekspedisi. Dengan seiring berkembangnya teknologi, pengiriman barang menjadi lebih sederhana serta efisien. Customer bisa dengan mudah mengetahui lokasi terkini keberadaan paket dengan menggunakan fitur trucking. Fungsi sistem pelacakan yang diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman sangat memudahkan pelanggan. Kita sekedar butuh memasukan angka resi pengiriman di

menu pencarian yang tercantum di website, sesudah itu kita dapat menggunakan informasi detail yang disediakan oleh pihak jasa pengiriman untuk memantau keberadaan paket tersebut. Fasilitas yang kurang memuaskan, seperti sempitnya tempat parkir, dan kursi yang terbatas untuk pelanggan menjadi salah satu faktor penghambat untuk memperoleh kepuasan pelanggan. Fasilitas setiap ekspedisi juga merupakan kepuasan setiap pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman tersebut. (Winarno, 2018: 1250).

Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman dapat dilihat melalui kualitas pelayanan, pengiriman tepat waktu, dan fasilitas yang diberikan dari perusahaan kepada pelanggannya. Andaikan konsumen puas serta senang atas layanan yang mereka rasakan, tentunya konsumen akan datang kembali untuk mengirimkan barang dikemudian hari dan tidak menutup kemungkinan akan terus menggunakan jasa ekspedisi tersebut.

Sebelum pelanggan menggunakan jasa pengiriman tersebut ada baiknya pelanggan mempertimbangkan proses pengirimannya, apa saja layanan yang ada di ekspedisi tersebut, bagaimana ketepatan waktu pengiriman di ekspedisi tersebut, dan lain sebagainya. Ketentuan pengiriman barang di ekspedisi Lion Parcel di Bojonegoro tidak terlalu rumit jika data dapat dilengkapi oleh pelanggan. Data tersebut meliputi nama penerima, nomor telepon dan alamat tujuan harus dimasukkan dengan benar dan lengkap di surat tanda terima.

Dalam operasionalnya banyak sekali permasalahan yang dihadapi Lion Parcel terkait Kualitas Pelayanan yang masih belum baik atau belum maksimal yang diakibatkan belum tersedianya layanan pick up ke seluruh daerah.

Permasalahan terkait ketepatan waktu pengiriman juga masih banyak yang menjadi kendala, sehingga paket yang diterima melebihi estimasi yang telah ditentukan. Permasalahan terkait fasilitas yang kurang memadai mengakibatkan ada beberapa lokasi tertentu harus konsumen sendiri yang mengambil kirimannya di agen Lion Parcel kota tujuan. Kepuasan Pelanggan belum dilakukan secara maksimal sehingga pelanggan belum merasa puas atas kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas yang didapatkan dari ekspedisi Lion Parcel tersebut.

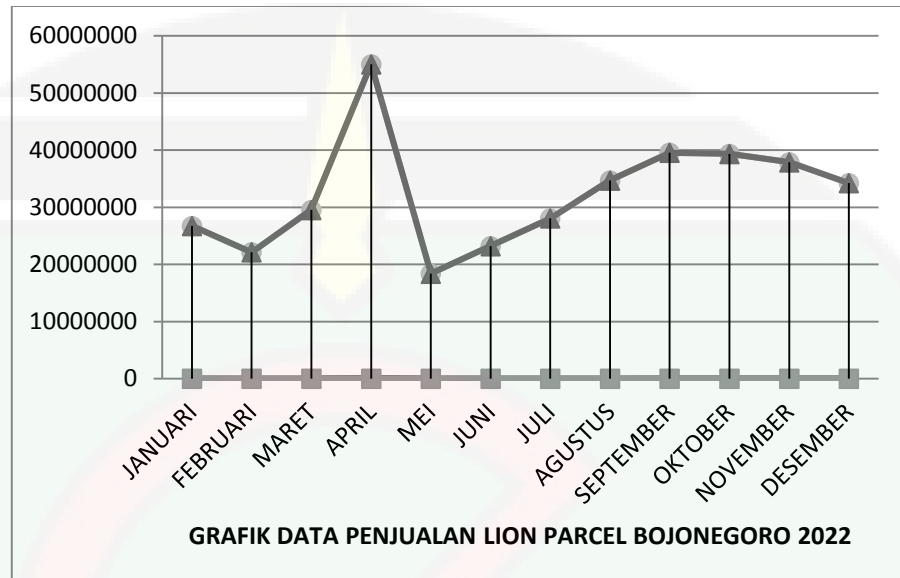
Tabel 1.

Data Transaksi Masuk Lion Parcel Bojonegoro Tahun 2022

DATA TRANSAKSI EKSPEDISI LION PARCEL BOJONEGORO 2022							
NO.	BULAN	SERVIS			JUMLAH PAKET	BERAT (KG)	TOTAL AMOUNT
		REGPACK	AGOPACK	INTERPACK			
1	JANUARI	127	344	2	473	779,2	26.750.750
2	FEBRUARI	83	258	4	345	591,13	22.127.750
3	MARET	135	451	1	587	946,32	29.529.000
4	APRIL	161	905	2	1068	1683,62	55.026.750
5	MEI	103	304	-	407	587	18.391.750
6	JUNI	112	371	3	486	765,06	23.213.250
7	JULI	107	479	3	589	959,2	28.063.000
8	AGUSTUS	148	651	4	803	961,9	34.685.250
9	SEPTEMBER	199	645	6	850	1352,5	39.534.250
10	OKTOBER	166	599	1	766	1311,5	39.343.750
11	NOVEMBER	145	547	2	694	1182,5	37.883.000
12	DESEMBER	129	637	-	766	1136	34.212.500
		1615	6191	28	7834	12255,9	388.761.000

Sumber: Lion Parcel Bojonegoro (2023)

Gambar 1.
Grafik data penjualan Lion Parcel Bojonegoro Tahun 2022



Sumber: Lion Parcel Bojonegoro (2023)

Berdasarkan tabel dan grafik data diatas dapat menganalisa bahwa untuk penjualan maupun omset rata-rata yang dicapai adalah Rp. 32.396.750/bulan. Dengan pencapaian 1 (satu) tahun yaitu Rp. 388.761.000. Untuk omset pengiriman tertinggi berada di bulan April 2022 mencapai Rp. 55.026.750 yang dimana bulan April tahun 2022 bertepatan dengan bulan suci Ramadhan, dan biasanya mengalami lonjakan yang tinggi karena kebutuhan masyarakat akan menggunakan jasa ekspedisi meningkat drastis seperti mengirim paket ucapan lebaran, paket makanan, paket baju lebaran dll untuk keluarga mereka, relasi, maupun pelanggan-pelanggan yang berbelanja online untuk kebutuhan lebaran. Dan untuk pengiriman paket omset terkecil berada di bulan Mei 2022 yang mencapai Rp. 18. 391.750 dikarenakan mayoritas konsumen lebih memilih beristirahat berjualan pada bulan pasca lebaran akibat sepi pelanggan.

Untuk saat ini dampak terhadap pengguna jasa tersebut masih stabil seperti biasanya dan pada masa pandemi di tahun lalu tidak terlalu mempengaruhi omset ekspedisi ini karena kebutuhan masyarakat yang terus meningkat, adapun omset yang berkurang adalah toko-toko online yang mengalami kebijakan atas penurunan perdagangan.

Sesuai penjabaran di atas, penulis termotivasi untuk meneliti di ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro”.

B. Identifikasi Masalah dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Relevan penjabaran di atas, penulis menetapkan permasalahan dalam penelitian yaitu:

- a. Masih belum baik atau belum maksimalnya kualitas pelayanan yang diterapkan, mengakibatkan paket yang diterima pelanggan dalam keadaan tidak utuh.
- b. Fasilitas yang kurang memadai, mengakibatkan ada beberapa tempat yang kita harus mengambil paketnya sendiri di kantornya.
- c. Kepuasan pelanggan yang belum dilakukan secara maksimal, sehingga pelanggan belum merasa puas atas apa yang didapatkan dari ekspedisi Lion Parcel tersebut.

2. Cakupan Masalah

Relevan penjabaran di atas, penulis menetapkan cakupan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan yang belum maksimal mengakibatkan belum tercapainya loyalitas pelanggan di Lion Parcel Bojonegoro.
- b. Kepuasan pelanggan yang belum tercapai mengakibatkan belum tercapainya loyalitas pelanggan di Lion Parcel Bojonegoro.
- c. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan belum maksimal sehingga mengakibatkan belum tercapainya loyalitas pelanggan di Lion Parcel Bojonegoro.

C. Rumusan Masalah

Relevan identifikasi masalah, ditetapkanlah rumusan masalah penelitian ini yaitu :

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi di jasa ekspedisi Lion Parcel di Bojonegoro?
- b. Apakah tingkat kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah yang dijabarkan, tujuan yang bisa dicapai penelitian ini ialah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Bojonegoro.

- b. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi Lion Parcel di Bojonegoro.

2. Manfaat Penelitian

A. Manfaat teoritis

Penelitian ini berguna memberikan manfaat ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan jasa pengiriman yang berhubungan jenis layanan, ketepatan waktu pengiriman, fasilitas, dan kepuasan pelanggan.

B. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Memaksimalkan pengetahuan dari penelitian memiliki pengaruh saat pelanggan sedang dilayani, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas sehingga pelanggan memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman tersebut.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini berguna memberikan penjabaran, penyelesaian, dan acuan rekomendasi untuk jasa pengiriman ketika akan memilih langkah atau keputusan guna memaksimalkan minat pelanggan.

c. Bagi peneliti lanjut

Penelitian ini berguna memperluas variabel yang telah ada dengan visi menambah wawasan baru bagi pembaca lain. Termasuk bagi peneliti sebagai bahan pembelajaran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

1. Kualitas pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Kotler (2005:57) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk

memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Melalui pengertian dan teori ini dapat diketahui bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk yang diberikan kepada konsumen tersebut. Artinya, mutu atau kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

Kemudian Kotler (Arief 2007:118) menyebutkan bahwa produsen dikatakan telah “menyampaikan” kualitas jika produk atau jasa yang ditawarkannya sesuai atau melampaui ekspektasi pelanggan. Dari uraian di atas maka kualitas dapat diartikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang/jasa) yang menunjang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan.

b. Tujuan dan fungsi pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal. Oleh karena itu, dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

c. Indikator konsep pengukuran kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman (1998), yaitu:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, penampilan personel, dan saran komunikasi.

- 2) Keandalan (*reliability*) kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) keinginan untuk memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dapat dimiliki oleh staf.
- 5) *Empaty* meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan

2. Kepuasan pelanggan

a. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya menurut (Kotler, 2003)". Kualitas produk (barang atau jasa) terletak pada kepuasan pelanggan, sehubungan dengan itu, perlu dipahami komponen-komponen yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Sebelum memahami komponen-komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, perlu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan dan prinsip dasar kepuasan pelanggan. Setelah itu, perlu dipahami harapan pelanggan sebagai prasyarat untuk meningkatkan kualitas dan pencapaian kepuasan total pelanggan. Kemudian dilengkapi dengan service recovery, metode pengukuran kepuasan pelanggan, strategi kepuasan pelanggan dan strategi peningkatan kinerja perusahaan.

b. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

2) Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia.

4) Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan.

5) Biaya dan Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Kotler (2003), ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal
- 2) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada
- 3) Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
- 4) Kurang memperhatikan produk, iklan pesaing, kurang sensitif pada harga
- 5) Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan
- 6) Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.

c. Indikator kepuasan pelanggan

Menurut Fandi Tjiptono (2014), yaitu :

- 1) Relationship marketing

Merupakan upaya dalam menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat kesenangan pelanggan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

- 2) Barang dan jasa berkualitas

Indikator ini mengukur seberapa besar kualitas layanan perusahaan kepada pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin puas pelanggan dengan produk atau layanan yang diberikan perusahaan.

3) Harga produk atau jasa

Indikator ini merupakan salah satu faktor utama ketika menggunakan produk atau layanan jasa pada perusahaan. Jika harga tergolong tinggi tapi kualitasnya tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

4) Aksesibilitas produk

Indikator kepuasan pelanggan berikutnya adalah kemudahan pelanggan dalam mengakses produk, misalnya seberapa mudah mereka bisa mendapatkan informasi terkait harga, spesifikasi, layanan sampai cara menggunakan sebuah produk.

5. Tingkat keluhan pelanggan

Indikator ini mengukur seberapa sering pelanggan mengajukan keluhan terkait produk atau layanan perusahaan. Semakin rendah tingkat keluhan pelanggan, semakin baik kinerja perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

3. Loyalitas Pelanggan

a. Pengetian loyalitas pelanggan

Menurut Griffin (2005), “Adapun definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya” Menurut Kotler dan Keller (2007) , loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi dengan produk atau jasa tertentu dimasa depan. Loyalitas

pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan, meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

Loyalitas pelanggan mempunyai peran yang sangat besar pada suatu perusahaan, mempertahankan mereka artinya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan kinerja keuangan, inilah yang menjadi alasan utama bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan dan menarik mereka. Berry dalam Tjiptono (2007), menyatakan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan respon yang berkaitan erat dengan janji atau ikrar untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

b. Karakteristik loyalitas pelanggan

Pelanggan mendemonstrasikan loyalitas mereka pada suatu perusahaan atau merek dengan membeli berulang kali, membeli produk tambahan perusahaan tersebut, dan merekomendasikannya pada orang lain. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Griffin (2005:31), yang menyatakan bahwa karakteristik pelanggan loyal antara lain:

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur;
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa;
- 3) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing;
- 4) Mereferensikan kepada orang lain.

Menjadi pelanggan yang loyal seorang konsumen harus melalui beberapa tahapan, pelanggan yang loyal tumbuh secara bertahap. Proses itu dilalui dalam jangka waktu tertentu, dengan kasih sayang, dan dengan perhatian yang diberikan pada tiap-tiap tahap pertumbuhan. Setiap tahap memiliki kebutuhan khusus. Dengan mengenali setiap tahap dan memenuhi kebutuhankhusus tersebut, perusahaan mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi pelanggan atau klien yang loyal.

c. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Menurut Vanessa Gaffar (2007), loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu:

- 1) Kepuasan (*satisfaction*), kepuasan pelanggan merupakan pengukuran gap antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.
- 2) Ikatan emosi (*emotional bonding*), dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.
- 3) Kepercayaan (*trust*), kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

- 4) Kemudahan (*choice reduction and habit*), konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.
- 5) Pengalaman dengan perusahaan (*history with company*), sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.

d. Indikator Loyalitas Pelanggan

Teori yang diungkapkan Sangadji dan Sopiah (2013). Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variable loyalitas pelanggan adalah:

- 1) Melakukan pembelian ulang
- 2) Rasa suka yang besar kepada produk
- 3) Ketetapan penggunaan pada produk
- 4) Merekomendasikan produk (*Refers other*)
- 5) Tidak ingin beralih menggunakan produk sejenis dari pesaing

4. Keterkaitan antar variabel

a. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

Meningkatnya persaingan menuntut perusahaan termasuk jasa komunikasi untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan mereka dengan cara yang lebih

memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Perhatian perusahaan tidak hanya terbatas pada produk yang dihasilkan, melainkan juga pada aspek proses, sumber daya manusia, lingkungan, dan lain-lain (Mazur, 1992 dalam Yunani, 2003:21).

Kualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Kotler, 2003:121). Dengan demikian perusahaan dapat mencapai tujuan, yaitu loyalitas pelanggan sepenuhnya (*total customer loyalty*) melalui peningkatan kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga memiliki daya saing tinggi di pasar.

Griffin (2003:49) menyatakan bahwa apabila penilaian pelanggan merasa baik terhadap kualitas pelayanan, maka pelanggan akan melakukan pemakaian ulang (*repeat customer*), bahkan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi word of mouth kepada rekan, saudara dan kenalannya, dan memiliki kekebalan atas tawaran pesaing.

b. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (1996), kualitas layanan mempunyai hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk

memahami harapan serta kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas layanan sangat dibutuhkan mengingat pelanggan atau konsumen mempunyai keinginan yang selalu harus dipenuhi dan dipuaskan. Konsumen selalu mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari para penyedia produk/jasa, dalam hal ini mereka ingin diperlakukan secara profesional serta memperoleh sesuatu sesuai dengan yang mereka harapkan. Menurut Kotler dan Keller (2003), kualitas adalah keseluruhan dari kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberi kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Melalui pemberian kualitas layanan yang baik kepada konsumen, perusahaan akan memperoleh banyak sekali keuntungan. Diantaranya adalah konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan merekomendasikannya kepada orang lain dan sulit membuatnya untuk pindah ke tempat lain, sehingga banyak orang yang akan datang nantinya akan sangat membantu perusahaan untuk terus meningkatkan mutu pelayanannya.

Dalam buku Lupiyodo (2001), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, yang terdiri atas tangibles atau aspek fisik, seperti tampilan

fasilitas fisik yang meliputi peralatan, lay-out, dan perlengkapan ruangan serta hal-hal yang dapat diamati dengan mudah oleh konsumen dalam hal ini oleh para nasabah. Aspek tersebut memiliki peranan penting dalam menentukan kualitas pelayanan. Realibility merupakan aspek yang meliputi keterampilan dan kecakapan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat serta memuaskan. Responsiveness atau kemampuan menanggapi adalah kemampuan untuk membantu dan melayani konsumen serta pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap kebutuhan para konsumen. Assurance atau jaminan meliputi kemampuan dan pengetahuan karyawan di dalam perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, kemampuan ini erat kaitannya dengan menciptakan jaminan kepercayaan terhadap kemampuan konsumen. Terakhir adalah empathy, yaitu pemberian pengertian dan perhatian khusus kepada konsumen.

c. Hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Menurut Tjiptono (2002), terciptanya kepuasan dapat memberikan manfaatnya diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar bagi pembelian ulang, menciptakan loyalitas pelanggan, serta rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan.

Menurut Kotler (2003), hubungan antar kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan produk dan layanan yang berkualitas berperan penting

dalam membentuk kepuasan konsumen, selain juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumennya, kepuasan yang diraskan akan semakin tinggi menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk rekomendasi. Dari mulut kemulut akan dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2002), kepuasan pelanggan sejauh mana saat peningkatan produk yang dipersiapkan sesuai dengan arapan pembeli. Berdasarkan beberapa uraian mengenai definisi kepuasan, secara umum kepuasan dapat dicapai apabila antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen atau bahkan melebihinya. Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama. Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani tetapi bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kepada kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan bersifat win-win situation, yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan.

B. Kajian Empiris

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan jasa ekspedisi telah dilakukan antara lain sebagai berikut :

Tabel 2.
Kajian Empiris

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Analisis	Hasil
1	Rizki Fajar Kusumo Putro 2009	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai Variabel pemediasi (studi pada pelanggan <i>fixed-wire line phone</i> di Surakarta)”	Metode Survey	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman karena <i>costumer service</i> dari Telkom dinilai ramah dan cekatan sehingga penilaian terhadap kualitas jasa baik kemudian dapat berpengaruh positif terhadap peningkatan loyalitas pelanggan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas Pelanggan secara Signifikan.

2.	Hengky Lumantoro 2005	Pengaruh citra hotel seluruh Indonesia minimal hotel bintang 3 terhadap loyalitas pelanggan pengujian kepuasan pelanggan Sebagai variabel mediasi.	Metode Survey	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra produk memiliki pengaruh secara Langsung yang signifikan dan positif pada loyalitas tamu hotel dan kepuasan pelanggan terbukti sebagai partial mediation atau berfungsi memediasi secara parsial hubungan antara citra produk dan loyalitas pelanggan.
3.	Yuli Andesra 2016	Peran kualitas Pelayanan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah bank syariah mandiri cabang simpang	Metode Survey	kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri memberi pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepercayaan dan

		empat.		loyalitas nasabah
4.	Kartika Sukmawati 2011	Pengaruh kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan Terhadap loyalitas Pelanggan jasa transportasi kereta api Eksekutif	Metode Survey	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Harga juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara lebih lanjut, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5.	Metta padyawati kusuma shandra 2016	Kepuasan konsumen sebagai mediasi pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan harga terhadap konsumen	Metode survey.	Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen

				melalui kepuasan konsumen, brand image berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
--	--	--	--	---

Berdasarkan beberapa contoh hasil penelitian di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaannya. Persamaan ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah pada metode analisis, variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan, yaitu variabel kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

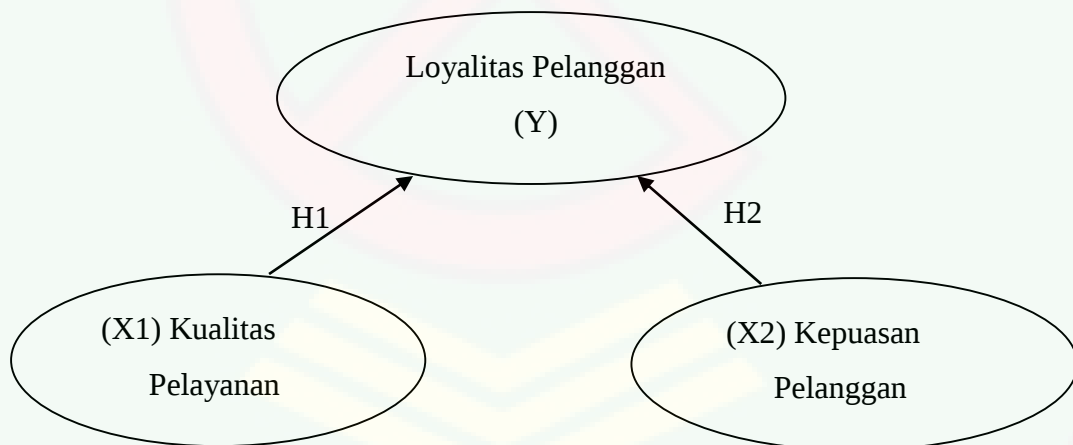
Sedangkan perbedaannya terletak di waktu dan judul sebelumnya adalah pada kaitan pembahasan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dari beberapa jurnal di atas Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan variabel yang sangat dominan mempengaruhi alasan penggunaan jasa ekspedisi.

Adanya persamaan dan perbedaan yang terdapat dalam beberapa contoh di atas dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya tentu membawa konsekuensi pada

hasil penelitian yang diperolehnya. Bila pada hasil-hasil penelitian sebelumnya ditujukan untuk memperoleh gambaran variabel itu sendiri (Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) maka pada penelitian ini diharapkan untuk menghasilkan gambaran tentang Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan jasa ekspedisi.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk penyusunan angket adalah pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 2.
Kerangka Pemikiran
sumber : penelitian 2023

D. Hipotesis

Hasil suatu penelitian pada hakikatnya adalah suatu jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan di dalam perencanaan penelitian. Untuk

mengarahkan kepada hasil penelitian ini dalam perencanaan penelitian perlu dirumuskan jawaban sementara dari penelitian ini. Jawaban sementara dari suatu penelitian ini biasanya disebut hipotesis. Jadi hipotesis di dalam suatu penelitian berarti jawaban sementara penelitian, patokan juga, atau dalil sementara yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut. Melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat benar atau salah, dapat diterima atau ditolak.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses dengan langkah-langkah yang harus dilaksanakan secara sistematis. Setiap penelitian ilmiah memerlukan metoda yang dapat memperlancar penelitian, khususnya dalam pencarian data dan petunjuk mengenai langkah penelitian serta teknik penelitian.

1. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran), V. Wiratna Sujarweni (2014:39)

2. Teknik Penelitian

Teknik dalam penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu mengumpulkan data pokok dari suatu sampel dengan menggunakan instrument kuesioner. Menurut Singarimhuna (1989:3) “penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok”. Metode survei digunakan oleh peneliti karena peneliti menganggap bahwa metode inilah yang paling tepat atau sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini dikarenakan peneliti ingin bertanya dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan bentuk

pelayanan yang merupakan hal yang tidak dapat diamati dari luar. Dengan demikian lingkungan penelitian dilakukan pada lingkungan yang sebenarnya (lapangan), yaitu di lingkungan kerja Lion Parcel Bojonegoro.

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif. Data Kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*Scoring*).

Sumber Data dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri. Dalam hal ini, data langsung diambil dari data penjualan Lion Parcel Bojonegoro. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden secara langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang bukan pengolahnya atau data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang lain. Data sekunder yang diperlukan adalah :

1. Sejarah Lion Parcel Bojonegoro.
2. Struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan di Lion Parcel Bojonegoro.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen atau *customer* Lion Parcel Bojonegoro. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik sampling

Populasi dalam penelitian kuantitatif adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti (Notoatmodjo 2010). Dalam hal ini populasi yang digunakan penulis adalah para konsumen atau pengguna jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro. Setelah dilakukan pengamatan, diperoleh jumlah populasi sebanyak 600 customer. Populasi ini diambil berdasarkan jumlah rata-rata pengguna jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro perbulan.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono 2016:118). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana penarikan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Alasan penulis memilih metode ini karena penulis hanya akan memilih sampel customer yang sudah sering menggunakan jasa ekspedisi Lion Parcel dan customer yang baru beberapa kali menggunakan jasa ekspedisi Lion Parcel sehingga mereka dapat memberi jawaban yang dapat mendukung jalannya penelitian ini . Dalam hal ini sampel yang diambil adalah masyarakat Bojonegoro yang telah memilih menggunakan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

Penelitian ini mengambil sampel 86 customer atau pengguna jasa sebagai responden. Dengan cara menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus dari teori slovin, dengan pecahan rumus sebagai berikut :

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

penyelesaian :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + (0,1)^2} = 6$$

$$= 6 + 1 = 7$$

$$= \frac{600}{7} = 85,71$$

$$n = 86$$

n = Jumlah Sampel 86 Responden

N = Jumlah Populasi 600 Pelanggan

e = Batas toleransi kesalahan 10% (error tolerance)

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Menurut Arikunto (2006) teknik purposive sampling merupakan teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2010) teknik purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative.

Tujuan purposive sampling lebih tepat digunakan oleh para peneliti apabila memang sebuah penelitian memerlukan kriteria khusus agar sampel yang diambil nantinya sesuai dengan tujuan penelitian dapat memecahkan permasalahan penelitian dan memberikan nilai yang lebih representative.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel yang memenuhi kriteria secara acak sebanyak 86 orang responden dari total populasi yang ada, dimana kriteria yang diperhatikan adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro sebanyak lebih dari lima kali dalam satu bulan. Ditetapkannya kriteria tersebut agar dalam penelitian ini tidak terjadi bias hasil penelitian sehingga hasil penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling memberikan hasil yang representative.

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode dan teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada responden. Teknik kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang terdiri dari data faktual maupun opini yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. Peneliti mendistribusikan kuesioner

secara langsung kepada customer Lion Parcel Bojonegoro secara langsung.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang terdiri dari 2 bagian. Bagian yang pertama berisi pertanyaan mengenai identitas responden yang menanyakan mengenai nama, umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Bagian kedua dari kuesioner berisi pertanyaan persepsi responden mengenai kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan terhadap jasa ekspedisi Lion Parcel.

Kuisisioner ini menggunakan skala, yang merupakan suatu prosedur pemberian angka atau simbol lain yang dimaksudkan untuk menyatakan karakteristik atau ciri dari angka tersebut (Valeria, Rumiyaniti 2007). Skala yang dilakukan adalah skala likert . Skala likert merupakan skala yang menghilangkan alternative pilihan netral atau ragu-ragu agar alternative pilihan menjadi pasti.

E. Metode dan Teknik Analisis Data

Keberhasilan hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat pengukur yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. kriteria alat pengukur yang baik dan mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya adalah reliabel dan valid. Penelitian yang tidak reliable dan tidak valid akan menghasilkan penelitian yang tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya sehingga jika dipakai sebagai landasan untuk mengambil keputusan maka kemungkinan besar akan menghasilkan kesimpulan yang menyesatkan.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria apa saja yang akan diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian atau

eksperimen tersebut dapat tertuju dengan tepat dan sesuai harapan. Karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian didasarkan beberapa hal, misalnya : Jenis Kelamin, Pekerjaan, Usia, Pendidikan Terakhir dan lain sebagainya.

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan suatu alat pengukur itu (kuesioner) mengukur apa yang diukur. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan.

Pengujian validitas akan dilakukan dengan bantuan komputer, yaitu dengan program *SPSS versi 20* (lampiran). Apabila korelasi antara skor total dengan skor masing-masing pertanyaan signifikan dapat dikatakan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas.

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Pengujian reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dilakukan dengan cara pengukuran dua kali dari tiap sampel. *SPSS versi 20* memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60.

4. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data hasil penelitian maka dilakukan perhitungan yang meliputi nilai maksimum, nilai minimum, mean dan standar deviasi terhadap masing-masing variabel. Analisis ini dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.

5. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis ini meliputi uji normalitas dan uji homogenitas. Pengujian ini dilakukan sesuai dengan model analisis yang akan digunakan dalam pengujian hipotesis yaitu *independent sample t-test* yang mensyaratkan data harus berdistribusi normal dan homogen.

a. Uji normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu persyaratan uji beda adalah data harus berdistribusi normal. Dalam hal ini uji normalitas akan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan melihat angka probabilitas. Jika angka probabilitas $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal dan jika angka probabilitas $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Semua perhitungan akan menggunakan bantuan program komputer *SPSS versi 20*.

b. Uji homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk melihat apakah varian dari variabel dalam penelitian sama. Karena uji ini juga merupakan syarat analisis uji yang berbeda. Penarikan kesimpulan dapat dilihat dari angka

probabilitas. Apabila angka probabilitas $> 0,05$ maka data tersebut dikatakan homogen begitupun sebaliknya jika angka probabilitas $< 0,05$ maka data tersebut dikatakan tidak homogen. Perhitungan akan menggunakan bantuan program komputer *SPSS versi 20*.

6. Uji Hipotesis

Analisis utama adalah pengujian hipotesis. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis statistik independent sample t-test dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 20* karena sampel yang diuji terdiri dari dua kelompok dan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan persepsi di antara kelompok sampel. Penentuan Hipotesis penelitian dinyatakan sebagai berikut :

a. Penentuan Hipotesis

H_0 : Kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

H_a : Kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro.

b. Penentuan Kesimpulan

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel 0.05}$ maka H_0 ditolak H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel 0.05}$ maka H_0 diterima H_a ditolak

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2007. *Pemasaran jasa dan Kualitas Pelayanan (Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan)*. Bayumedia Publishing, Malang.
- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). *Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang)*. 17(September), 49–61.
- Dharmayanti (2006). *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 1, hal 37–38.
- Fitriyana, I., & Susianto, D. (2018). *Aplikasi Akuntansi Piutang Jasa Service Pada PT. AUX Indonesia Bandar Lampung*. Jurnal JUSINTA, 1(1), 32-49.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Costumer Relationship Management and Marketing PublicRelation*. Bandung: Alfabeta.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Ali. (2018). *Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian*. Indonesoan Indovisi Institute, 1(Iii), 83–104.
- Hutabarat, *Dasar-dasar pengetahuan ergonomi*, (Malang: Media Nusa Creative 2017),
- Kotler & Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia. 57.
- Kotler, Philip, & Amstrong, Gery, 2003, *Dasar — Dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi 9, New Jersey.
- Lubis, I. O., & Suwitho, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 5/6.

- Musyafah, H. K. (2018). *Perlindung Konsumen Jasa pengiriman barang dalam hal terjadi keterlambatan pengiriman barang*. LAW REFORM, 14.
- Oktaviani, N., Merlina, N., & Nurmallasari, N. (2018). *Pemilihan Jasa Pengiriman Terbaik Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW)*. JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi), 6(4), 223-229.
- Notoatmodjo Soekidjo. *Ilmu Perilaku Kesehatan*, Jakarta : Rineka Cipta; 2010.
- Nurfitriani A, 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Talasalapang Kota Makassar*. (online) https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/5986-Full_Text.pdf (diakses pada 3 Maret 2023).
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml & Berry, L. L. 1988. SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Prihandoyo. (2019). 291148-Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kep-80936Abc. *Jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik*, 116–129.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Singarimbun, M dan S. Effendi (Editor). 1989. *Metode Penelitian Survy*. LP3S, Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung; PT. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014, *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandi. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- <http://web.lionparcel.com/>

Lampiran I Kuesioner

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN EKSPEDISI LION PARCEL BOJONEGORO

Identitas Responden

Nama : (boleh tidak diisi)

Umur : tahun

Jenis Kelamin : < Laki-Laki < Perempuan

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Di bawah ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro. Responden dimohon kesediannya untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut dengan cara memberi tanda diantara pilihan jawaban yang ada, dengan ketentuan sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju diberi skor 5

S : Setuju diberi skor 4

KS : Kurang Setuju diberi skor 3

TS : Tidak Setuju diberi skor 2

STS : Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
I	Kualitas Pelayanan (X1)					
1.	Lion Parcel Bojonegoro memiliki fasilitas fisik yang memadai seperti tempat parkir, toilet dan tempat tunggu yang baik					
2.	Lion Parcel Bojonegoro memiliki banyak layanan produk jasa pengiriman					
3.	Pegawai memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan pelanggan					
4.	Pegawai memiliki sifat sopan, ramah, jujur dan dapat dipercaya					
5.	Lion Parcel memberikan jasa re-packing untuk paket yang terkendala packing kurang proper / tidak standart packing					
II	Kepuasan Pelanggan (X2)					
1.	Lion Parcel Bojonegoro memberikan penghargaan dan cashback kepada pelanggan					
2.	Karyawan melayani pelanggan dengan kejujuran dan sikap yang ramah dalam proses awal sampai akhir transaksi					

3.	Tarif pengiriman Lion Parcel lebih murah dibandingkan ekspedisi lainnya					
4.	Lion Parcel memberikan kemudahan pelayanan dalam transaksi dalam bentuk aplikasi					
5.	Pengiriman tepat waktu, karyawan cepat merespon saat terjadi kendala keterlambatan pengiriman					
III Loyalitas Pelanggan (Y)						
1.	Saya akan menggunakan ulang jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro					
2.	Lion Parcel Bojonegoro menjadi pilihan utama jika saya ingin mengirimkan barang/dokumen					
3.	Pengalaman yang baik membuat saya puas dan akan menggunakan jasa ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro dalam jangka waktu panjang					
4.	Saya akan merekomendasikan Lion Parcel Bojonegoro kepada orang lain					
5.	Saya tidak akan beralih kepada ekspedisi selain Lion Parcel Bojonegoro					

Lampiran II Identitas Responden

NO	UMUR (TH)	JENIS KELAMI N	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	JUMLAH PENGGUN AAN
1	38	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	WIRASWASTA	> 20 kali
2	41	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
3	32	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
4	26	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
5	29	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
6	36	LAKI-LAKI	SLTP/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
7	29	LAKI-LAKI	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
8	29	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
9	30	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	IBU RUMAH TANGGA	< 20 kali
10	34	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
11	34	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali

12	23	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
13	27	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
14	29	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	WIRASWASTA	> 20 kali
15	34	LAKI-LAKI	SARJANA/DIPLOMA	PEGAWAI NEGERI SIPIL	> 20 kali
16	31	LAKI-LAKI	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
17	42	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	GURU	> 20 kali
18	38	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	WIRASWASTA	> 20 kali
19	28	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	WIRASWASTA	> 20 kali
20	26	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
21	53	PEREMPUAN	SLTP/SEDERAJAT	IBU RUMAH TANGGA	< 20 kali
22	37	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
23	29	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
24	40	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
25	20	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
26	29	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali

27	27	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	< 20 kali
28	36	LAKI-LAKI	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
29	27	LAKI-LAKI	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
30	32	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	WIRASWASTA	> 20 kali
31	47	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
32	34	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
33	34	LAKI-LAKI	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
34	38	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	PEGAWAI NEGERI SIPIL	> 20 kali
35	41	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	GURU	> 20 kali
36	45	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
37	27	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
38	33	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	WIRASWASTA	> 20 kali
39	38	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
40	35	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
41	46	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	WIRASWASTA	> 20 kali

42	40	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	GURU	< 20 kali
43	37	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
44	29	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
45	32	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	WIRASWASTA	> 20 kali
46	39	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	WIRASWASTA	< 20 kali
47	34	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
48	21	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	< 20 kali
49	36	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
50	21	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
51	47	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	IBU RUMAH TANGGA	< 20 kali
52	38	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	IBU RUMAH TANGGA	> 20 kali
53	41	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
54	34	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
55	44	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
56	47	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali

57	30	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
58	49	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	GURU	> 20 kali
59	30	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
60	36	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	WIRSAUSAHA	> 20 kali
61	31	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
62	34	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
63	30	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
64	40	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
65	32	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
66	48	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
67	42	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
68	37	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	PEGAWAI NEGERI SIPIL	< 20 kali
69	24	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
70	24	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
71	39	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali

72	20	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
73	40	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
74	48	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
75	24	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
76	26	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
77	36	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
78	25	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
79	57	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	WIRAUSAHA	< 20 kali
80	44	PEREMPUAN	SARJANA/DIPLOMA	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali
81	38	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
82	43	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	< 20 kali
83	38	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	WIRAUSAHA	> 20 kali
84	19	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	PELAJAR/MAHASISWA	> 20 kali
85	43	PEREMPUAN	SLTA/SEDERAJAT	IBU RUMAH TANGGA	> 20 kali
86	36	LAKI-LAKI	SLTA/SEDERAJAT	KARYAWAN SWASTA	> 20 kali

Lampiran III Hasil Kuesioner

No.	Kualitas Pelayanan (X1)					Total	Kepuasan Pelanggan (X2)					Total	Loyalitas Pelanggan (Y)					Total	SKOR
Responden	1	2	3	4	5	X1	1	2	3	4	5	X2	1	2	3	4	5	Y	TOTAL
1	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18	55
2	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	4	18	4	3	3	3	2	15	50
3	2	4	4	4	3	17	2	4	4	3	4	17	4	4	4	4	3	19	53
4	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18	56
5	3	4	4	4	3	18	2	4	4	3	4	17	3	4	4	3	2	16	51
6	3	4	5	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	58
7	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	56
8	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18	56
9	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18	4	3	3	3	2	15	50
10	2	5	5	5	4	21	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	59
11	2	4	4	4	4	18	2	4	5	4	4	19	4	4	4	3	3	18	55
12	3	4	5	5	5	22	3	5	4	4	4	20	4	5	4	4	3	20	62

13	3	4	4	4	3	18	2	4	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18	54
14	3	4	4	4	3	18	2	4	5	4	4	19	4	4	4	3	3	18	55
15	3	5	4	4	3	19	2	4	5	4	4	19	4	4	4	3	3	18	56
16	2	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	56
17	3	4	4	4	3	18	2	4	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18	54
18	2	5	5	5	5	22	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	3	19	63
19	3	5	5	5	4	22	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	3	19	63
20	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18	55
21	4	4	4	4	3	19	2	4	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18	55
22	3	4	4	4	3	18	2	4	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18	54
23	3	5	5	5	4	22	3	4	5	4	5	21	4	5	5	4	3	21	64
24	3	4	4	4	3	18	2	4	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18	54
25	3	4	4	4	4	19	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	56
26	3	5	5	4	3	20	3	4	4	4	5	20	4	5	5	4	3	21	61
27	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18	3	4	4	3	3	17	52

28	1	4	3	4	2	14	2	3	3	3	3	14	3	3	3	2	2	13	41
29	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18	54
30	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	55
31	2	4	3	4	3	16	2	4	3	4	3	16	3	4	4	4	3	18	50
32	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	54
33	2	3	4	4	3	16	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	53
34	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	3	18	54
35	3	5	5	4	4	21	3	4	4	5	4	20	4	5	5	4	3	21	62
36	2	4	4	4	3	17	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	3	19	53
37	2	4	4	4	3	17	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19	54
38	3	4	4	5	4	20	3	4	5	4	5	21	4	5	5	4	3	21	62
39	2	4	4	4	3	17	3	4	3	4	4	18	4	4	4	3	3	18	53
40	2	4	4	4	4	18	3	4	3	4	4	18	4	4	4	3	3	18	54
41	2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	53
42	2	3	4	4	4	17	2	4	4	4	4	18	3	4	4	4	3	18	53

43	2	3	4	4	4	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	55
44	2	4	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	55
45	2	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	56
46	3	3	3	4	4	17	2	3	3	3	4	15	3	4	4	3	3	17	49
47	3	3	3	4	3	16	3	4	3	3	4	17	4	3	3	3	2	15	48
48	2	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	2	17	54
49	2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	55
50	2	3	4	4	3	16	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	53
51	2	4	4	4	3	17	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	54
52	3	4	5	4	5	21	2	4	4	4	5	19	4	5	5	4	3	21	61
53	2	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	56
54	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	57
55	3	5	4	4	4	20	3	4	5	4	4	20	4	4	4	4	4	20	60
56	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
57	3	5	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	4	22	67

58	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	57
59	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	56
60	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
61	3	5	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	4	22	67
62	3	5	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	4	21	62
63	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
64	3	5	4	5	5	22	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	4	22	68
65	3	5	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	62
66	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
67	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
68	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16	54
69	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
70	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
71	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	57
72	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	57

73	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	3	18	56
74	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
75	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	58
76	3	5	4	5	4	21	3	4	4	4	5	20	4	4	4	4	4	20	61
77	3	5	4	5	4	21	3	4	5	4	5	21	4	4	5	4	4	21	63
78	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	57
79	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16	54
80	3	5	4	5	4	21	4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20	63
81	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18	56
82	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	57
83	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	72
84	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	57
85	4	5	5	5	5	24	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	65
86	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19	57

Lampiran IV Hasil Uji Statistik Karakteristik

FREQUENCIES VARIABLES=Gender Usia Pendidikan Pekerjaan J.Penggunaan
 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes	
Output Created	13-JUL-2023 10:57:13
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Save As	DataSet0
Save As	DataSet0
Save As	DataSet0
Number of Rows in Working Data File	86
Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on all cases with valid data.
Statistics Used	FREQUENCIES VARIABLES=Gender Usia Pendidikan Pekerjaan J.Penggunaan /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /ORDER=ANALYSIS.
Processor Time	00:00:00.05
Elapsed Time	00:00:00.06

[DataSet0]

Statistics

	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah Penggunaan
Count	86	86	86	86	86
Mean	0	0	0	0	0
Median	1.60	2.87	2.33	3.55	1.36
Mode	2.00	3.00	2.00	3.00	1.00

le	2	3	2	3	1
Deviation	.492	.851	.519	1.386	.483
imum	1	1	1	1	1
imum	2	5	3	7	2

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
i-laki	34	39.5	39.5	39.5
d empuan	52	60.5	60.5	100.0
al	86	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
3 Tahun	3	3.5	3.5	3.5
30 Tahun	26	30.2	30.2	33.7
d 40 Tahun	38	44.2	44.2	77.9
50 Tahun	17	19.8	19.8	97.7
3 Tahun	2	2.3	2.3	100.0
al	86	100.0	100.0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
P	2	2.3	2.3	2.3
d A	54	62.8	62.8	65.1
jana / Diploma	30	34.9	34.9	100.0
al	86	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
u	4	4.7	4.7	4.7
Rumah Tangga	5	5.8	5.8	10.5
yawan Swasta	53	61.6	61.6	72.1
d jawai Negeri Sipil	3	3.5	3.5	75.6
ajar/Mahasiswa	9	10.5	10.5	86.0
aswasta	9	10.5	10.5	96.5
ausaha	3	3.5	3.5	100.0

al	86	100.0	100.0
----	----	-------	-------

Jumlah Penggunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
o Kali	55	64.0	64.0	64.0
d o Kali	31	36.0	36.0	100.0
al	86	100.0	100.0	

```
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.
```

[DataSet0]

1	Person Correlation	1	.319**	.266*	.249*	.419**	.661**
	(2-tailed)		.003	.013	.021	.000	.000
		86	86	86	86	86	86
2	Person Correlation	.319**	1	.503**	.621**	.319**	.741**
	(2-tailed)	.003		.000	.000	.003	.000
		86	86	86	86	86	86
3	Person Correlation	.266*	.503**	1	.451**	.469**	.713**
	(2-tailed)	.013	.000		.000	.000	.000
		86	86	86	86	86	86
4	Person Correlation	.249*	.621**	.451**	1	.470**	.729**
	(2-tailed)	.021	.000	.000		.000	.000
		86	86	86	86	86	86
5	Person Correlation	.419**	.319**	.469**	.470**	1	.771**
	(2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.000
		86	86	86	86	86	86
	Person Correlation	.661**	.741**	.713**	.729**	.771**	1
	(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
		86	86	86	86	86	86

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created	13-JUL-2023 00:16:14
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Printer	Printer>
Print	Printer>
Print File	Printer>
Number of Rows in Working Data File	86
Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Variables Used	

tax		RELATIONS
		VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3
		X2.4 X2.5 X2
		PRINT=TWOTAIL NOSIG
		MISSING=PAIRWISE.
cessor Time		00:00:00.11
ources		
used Time		00:00:00.11
[DataSet0]		

Correlations						
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
1 Pearson Correlation	1	.577**	.381**	.431**	.377**	.770**
(2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
86	86	86	86	86	86	86
2 Pearson Correlation	.577**	1	.499**	.592**	.367**	.773**
(2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
86	86	86	86	86	86	86
3 Pearson Correlation	.381**	.499**	1	.506**	.544**	.785**
(2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
86	86	86	86	86	86	86
4 Pearson Correlation	.431**	.592**	.506**	1	.393**	.736**
(2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
86	86	86	86	86	86	86
5 Pearson Correlation	.377**	.367**	.544**	.393**	1	.707**
(2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
86	86	86	86	86	86	86
6 Pearson Correlation	.770**	.773**	.785**	.736**	.707**	1
(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
86	86	86	86	86	86	86

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes	
Output Created	13-JUL-2023 00:16:54
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Save	Save>
Print	Print>
Save to File	Save>
Number of Rows in Working Data File	86
Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Variables Used	CORRELATIONS
Statistics	VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6
Print	PRINT=TWOTAIL NOSIG
Missing	MISSING=PAIRWISE.
Processor Time	00:00:00.13
Elapsed Time	00:00:00.23

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Person Correlation	1	.327**	.223*	.298**	.250*	.550**
(2-tailed)		.002	.039	.005	.020	.000
	86	86	86	86	86	86
Person Correlation	.327**	1	.780**	.405**	.263*	.755**
(2-tailed)	.002		.000	.000	.014	.000
	86	86	86	86	86	86
Person Correlation	.223*	.780**	1	.454**	.448**	.798**
(2-tailed)	.039	.000		.000	.000	.000
	86	86	86	86	86	86
Person Correlation	.298**	.405**	.454**	1	.510**	.762**
(2-tailed)	.005	.000	.000		.000	.000
	86	86	86	86	86	86
Person Correlation	.250*	.263*	.448**	.510**	1	.721**
(2-tailed)	.020	.014	.000	.000		.000
	86	86	86	86	86	86
Person Correlation	.550**	.755**	.798**	.762**	.721**	1
(2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	86	86	86	86	86	86

[DataSet0]

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Reliability

Notes

Output Created	13-JUL-2023 01:20:32
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Source	DataSet0
Weight	DataSet0
Output File	DataSet0
Number of Rows in Working Data File	86
Missing Input	
Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Variables Used	

tax		LIABILITY
		VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3
		X1.4 X1.5
		SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		MODEL=ALPHA.
sources	cessor Time	00:00:00.02
	used Time	00:00:00.02

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	86	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	86	100.0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	5

RELIABILITY

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Reliability**Notes**

Output Created	13-JUL-2023 01:21:04
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Save	Save>
Print	Print>
Save as File	Save as>
Number of Rows in Working Data File	86
Missing Input	
Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Cases Used	

Scale: ALL VARIABLES

	N	%
included ^a	86	100.0
excluded	0	.0
Total	86	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

```
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

NOTES		
Output Created		13-JUL-2023 01:21:30
Comments		
	ive Dataset	aSet0
	er	ne>
	ight	ne>
	t File	ne>
	f Rows in Working Data File	86
	rix Input	
Missing Value Handling	inition of Missing	er-defined missing values are treated as missing.

Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
LIABILITY
VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5
SCALE('ALL VARIABLES') ALL
MODEL=ALPHA.
cessor Time 00:00:00.03
used Time 00:00:00.03

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	86	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	86	100.0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

Lampiran VI Hasil Uji Statistik Deskriptif

FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 Y

/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE

/HISTOGRAM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies**Notes**

Output Created	13-JUL-2023 14:35:37
Annotations	
Save Dataset	DataSet0
Save As	DataSet0
Save As	DataSet0
Save As	DataSet0
Number of Rows in Working Data File	86
Missing Value Handling	Missing values are treated as missing.

Statistics are based on all cases with valid data.
FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 Y
STATISTICS=STDDEV MINIMUM
MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
HISTOGRAM
ORDER=ANALYSIS.
Processor Time 00:00:02.25
Elapsed Time 00:00:02.25

[DataSet0]

Statistics

	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelanggan
Count	86	86	86
Missing	0	0	0
Mean	18.78	19.10	18.84
Median	19.00	19.00	19.00
Mode	19	19	19
Standard Deviation	1.785	1.694	1.686
Minimum	14	14	13
Maximum	24	24	24

Frequency Table

Kualitas Pelayanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.2	1.2	1.2
4	4	4.7	4.7	5.8
16	16	18.6	18.6	24.4
17	17	19.8	19.8	44.2
27	27	31.4	31.4	75.6
6	6	7.0	7.0	82.6
8	8	9.3	9.3	91.9
5	5	5.8	5.8	97.7
2	2	2.3	2.3	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Kepuasan Pelanggan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

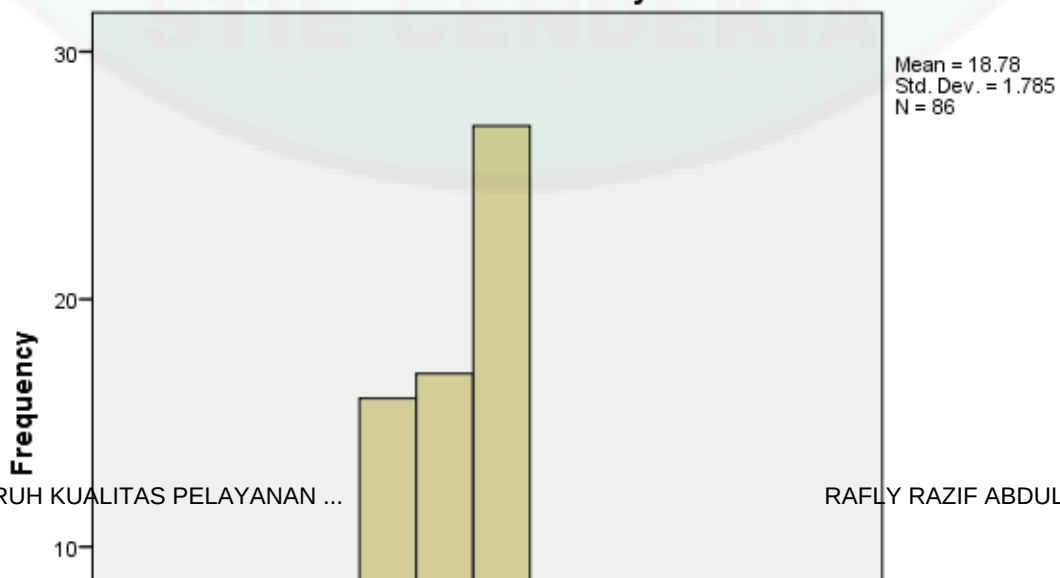
	1	1.2	1.2	1.2
	1	1.2	1.2	2.3
	1	1.2	1.2	3.5
	4	4.7	4.7	8.1
	18	20.9	20.9	29.1
	43	50.0	50.0	79.1
	5	5.8	5.8	84.9
	5	5.8	5.8	90.7
	4	4.7	4.7	95.3
	4	4.7	4.7	100.0
al	86	100.0	100.0	

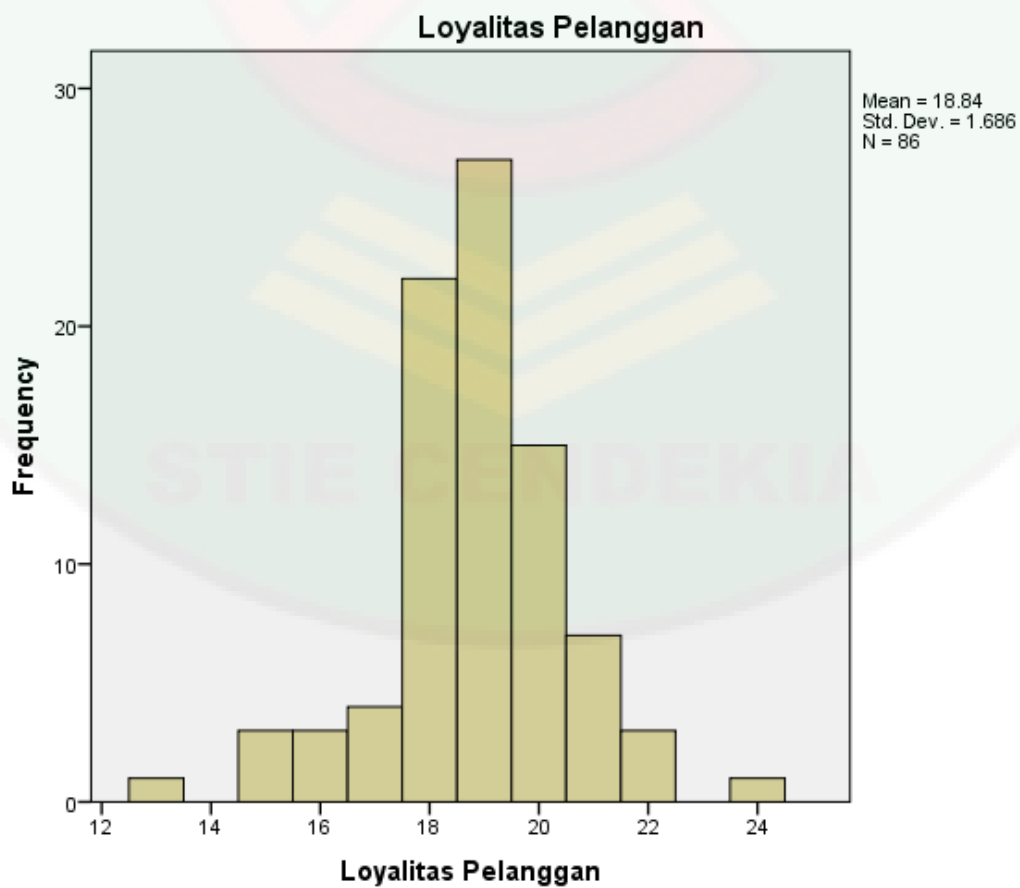
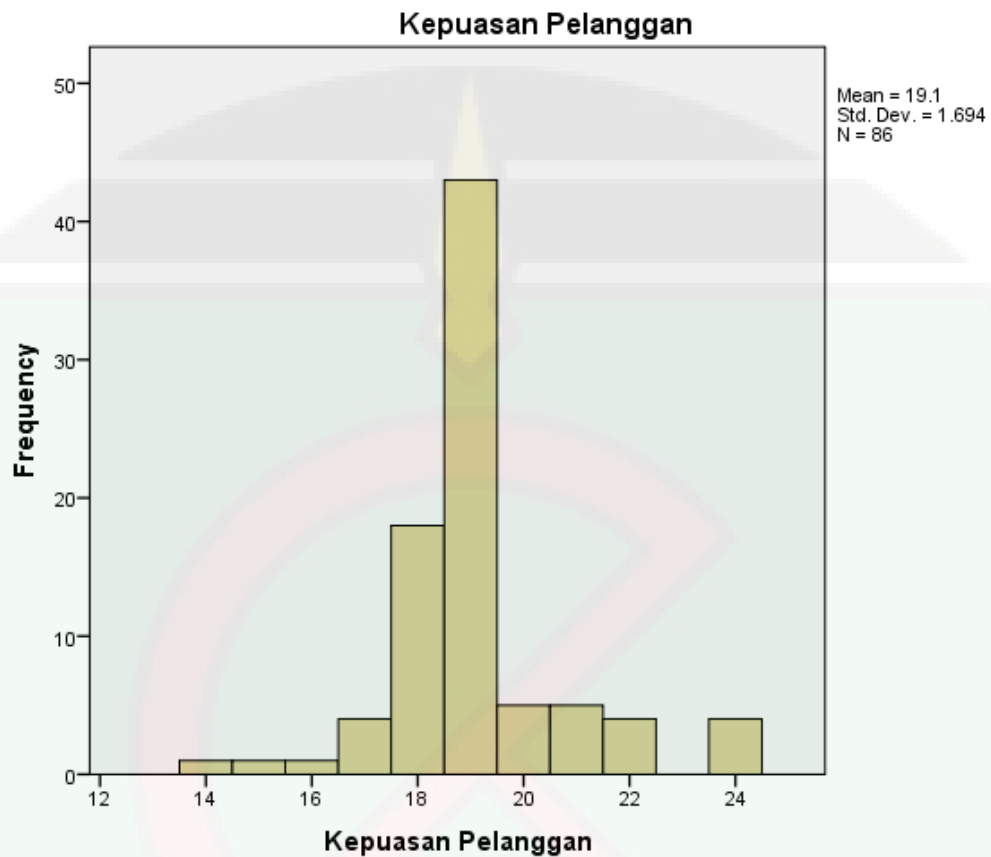
Loyalitas Pelanggan

	Frequency	Percent	Valid Percent	mulative Percent
	1	1.2	1.2	1.2
	3	3.5	3.5	4.7
	3	3.5	3.5	8.1
	4	4.7	4.7	12.8
	22	25.6	25.6	38.4
	27	31.4	31.4	69.8
	15	17.4	17.4	87.2
	7	8.1	8.1	95.3
	3	3.5	3.5	98.8
	1	1.2	1.2	100.0
al	86	100.0	100.0	

Histogram

Kualitas Pelayanan





Missing Value Handling	Number of Rows in Working Data File	86
Definition of Missing Values Used	Whether defined missing values are treated as missing.	
Statistics	Whether non-missing data are used.	
Variables	SCRIPTIVES	
Variables	VARIABLES=X1 X2 Y	
Statistics	STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.	
Processing Time		00:00:00.02
Elapsed Time		00:00:00.02

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	86	14	24	18.78	1.785
Kualitas Pelayanan Pelanggan	86	14	24	19.10	1.694
Kualitas Pelayanan Pelanggan	86	13	24	18.84	1.686
Total N (listwise)	86				

Lampiran VII Hasil Uji Normalitas

EXAMINE VARIABLES=X1 X2 Y
 /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT
 /COMPARE GROUPS
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /CINTERVAL 95
 /MISSING LISTWISE
 /NOTOTAL.

Explore**Notes**

Output Created	14-JUL-2023 01:06:22
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Print	Print
Print	Print
Print	Print
Number of Rows in Working Data File	86
Definition of Missing	Pre-defined missing values for dependent variables are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.
Cases Used	EXAMINE VARIABLES=X1 X2 Y /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT /COMPARE GROUPS /STATISTICS DESCRIPTIVES /CINTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
Elapsed Time	00:00:06.13
Elapsed Time	00:00:06.16

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Nilas Pelayanan	86	100.0%	0	0.0%	86	100.0%

uasan Pelanggan	86	100.0%	0	0.0%	86	100.0%
alitas Pelanggan	86	100.0%	0	0.0%	86	100.0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
Kualitas Pelayanan	Mean	18.7791	.19247
	5% Confidence Interval for Mean	18.3964	
	95% Confidence Interval for Mean	19.1618	
	Trimmed Mean	18.7287	
	Median	19.0000	
	Variance	3.186	
	Standard Deviation	1.78491	
	Minimum	14.00	
	Maximum	24.00	
	Range	10.00	
	Interquartile Range	1.50	
	Skewness	.545	.260
	Kurtosis	.820	.514
	Mean	19.1047	.18272
Kualitas Pelanggan	5% Confidence Interval for Mean	18.7414	
	95% Confidence Interval for Mean	19.4679	
	Trimmed Mean	19.0349	
	Median	19.0000	
	Variance	2.871	
	Standard Deviation	1.69448	
	Minimum	14.00	
	Maximum	24.00	
	Range	10.00	
	Interquartile Range	1.00	
	Skewness	.768	.260
	Kurtosis	2.721	.514
	Mean	18.8372	.18184
	5% Confidence Interval for Mean	18.4757	
Kualitas Pelanggan	95% Confidence Interval for Mean	19.1988	
	Trimmed Mean	18.8747	
	Median	19.0000	
	Variance	2.844	
	Standard Deviation	1.68635	

imum	13.00
imum	24.00
ge	11.00

Descriptives

	Statistic	Std. Error
alitas Pelanggan	2.00	
ownness	-.371	.260
osis	1.970	.514

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
alitas Pelayanan	.207	86	.000	.940	86	.001
uasan Pelanggan	.315	86	.000	.838	86	.000
alitas Pelanggan	.182	86	.000	.933	86	.000

Lilliefors Significance Correction

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan Stem-and-Leaf Plot

Frequency Stem & Leaf

5.00 Extremes (<=16.0)

16.00 17 . 0000000000000000

.00 17 .

17.00 18 . 0000000000000000

.00 18 .

27.00 19 . 000000000000000000000000

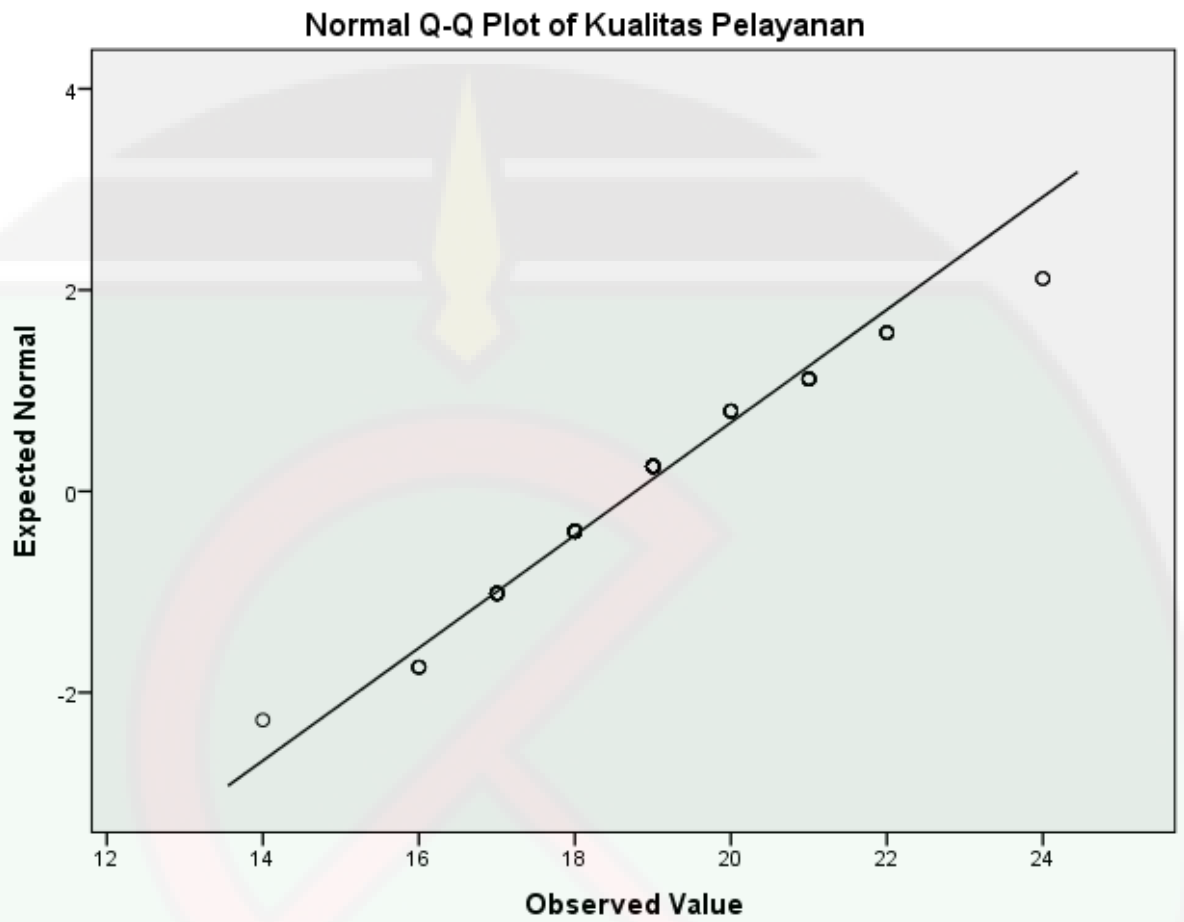
.00 19 .

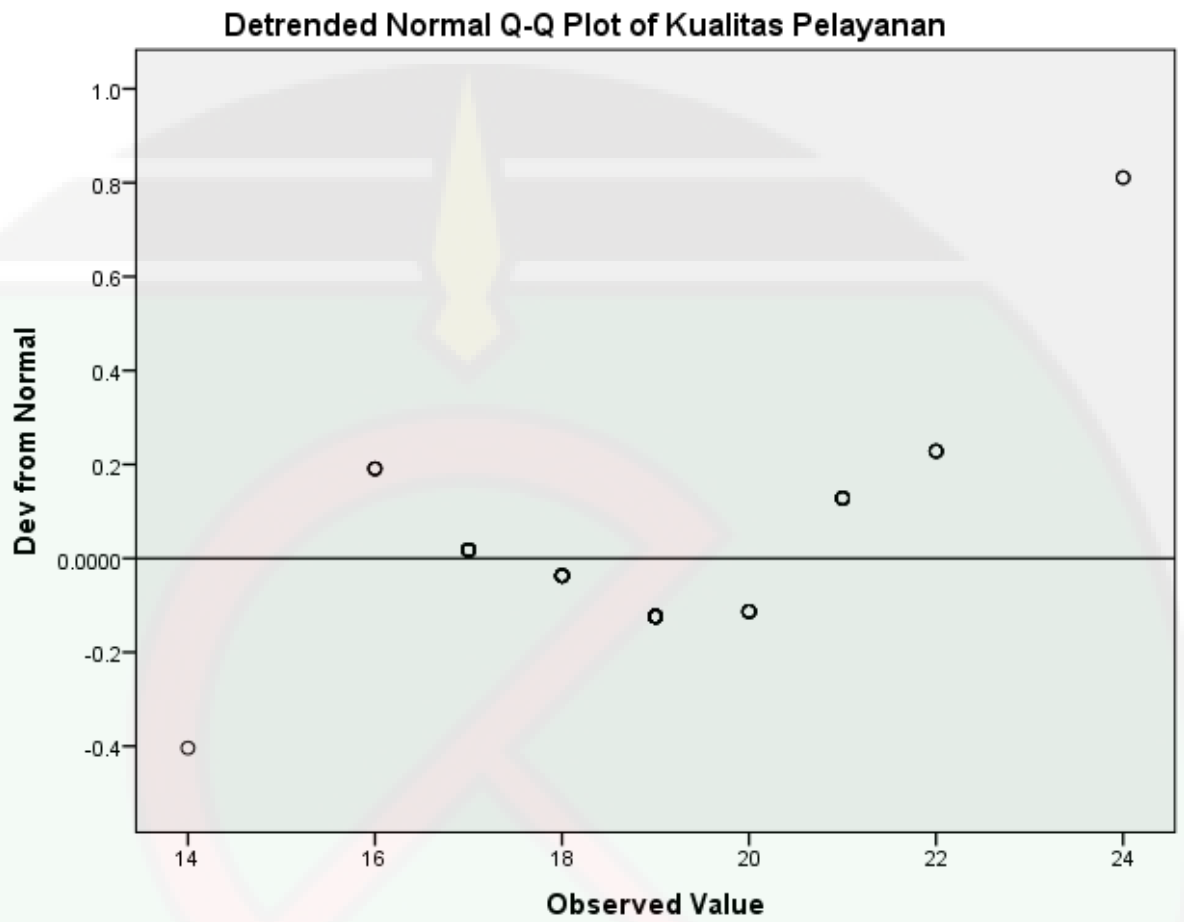
6.00 20 . 000000

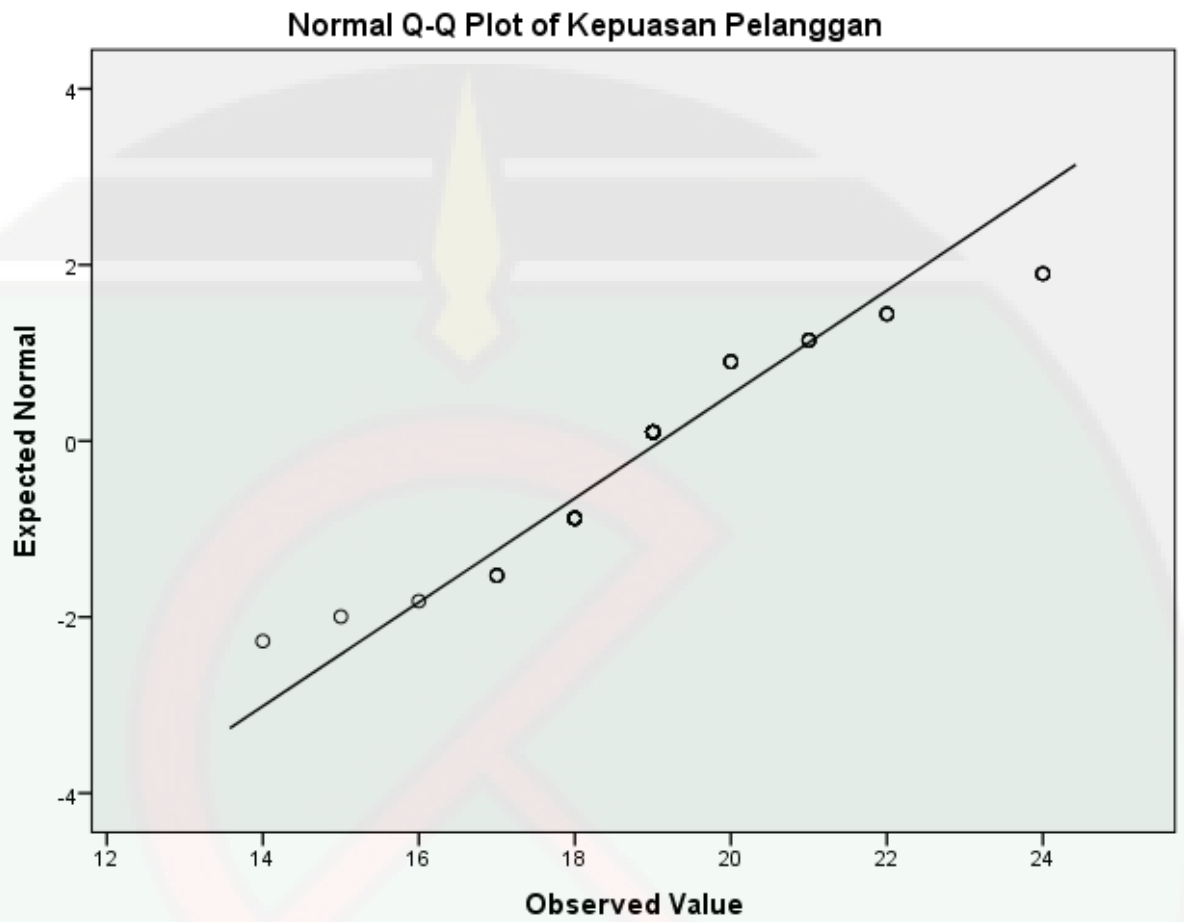
15.00 Extremes (>=21.0)

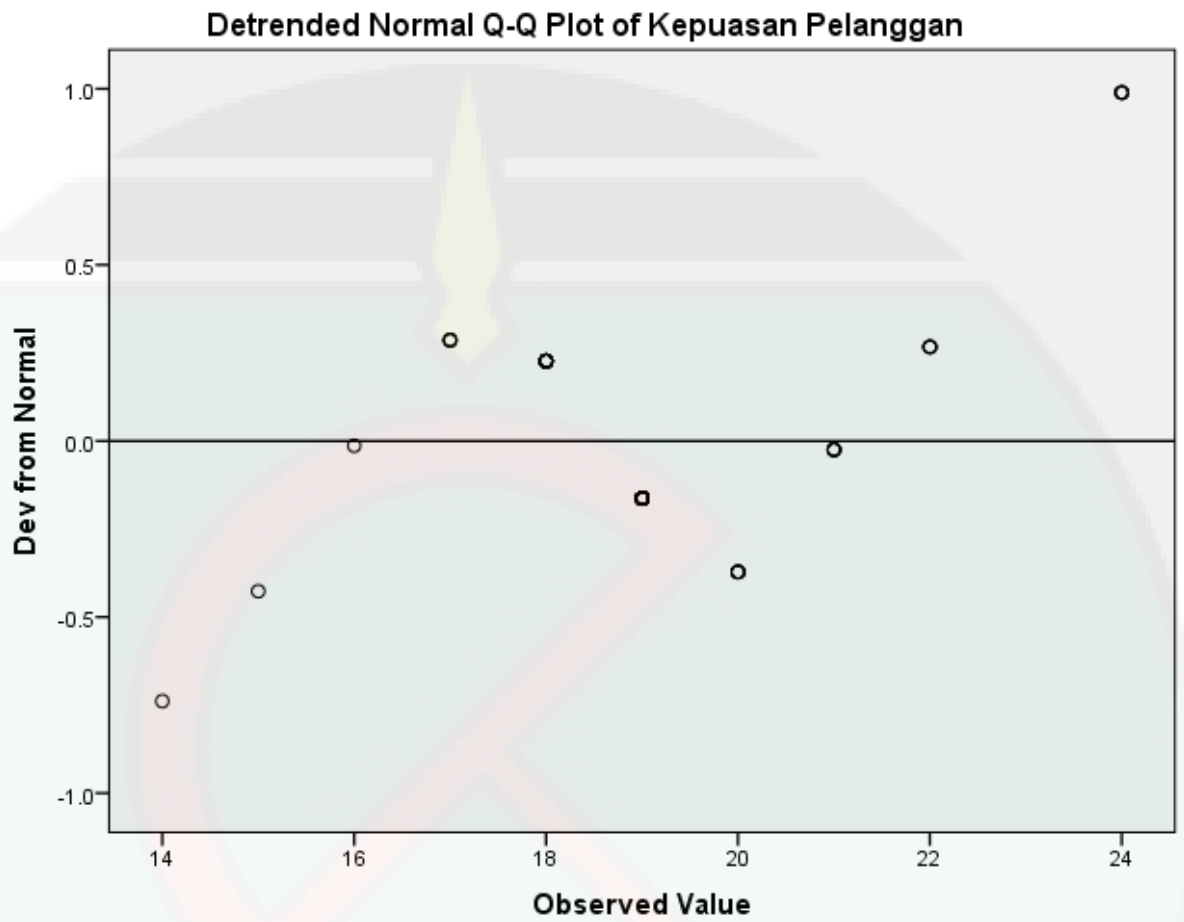
Stem width: 1.00

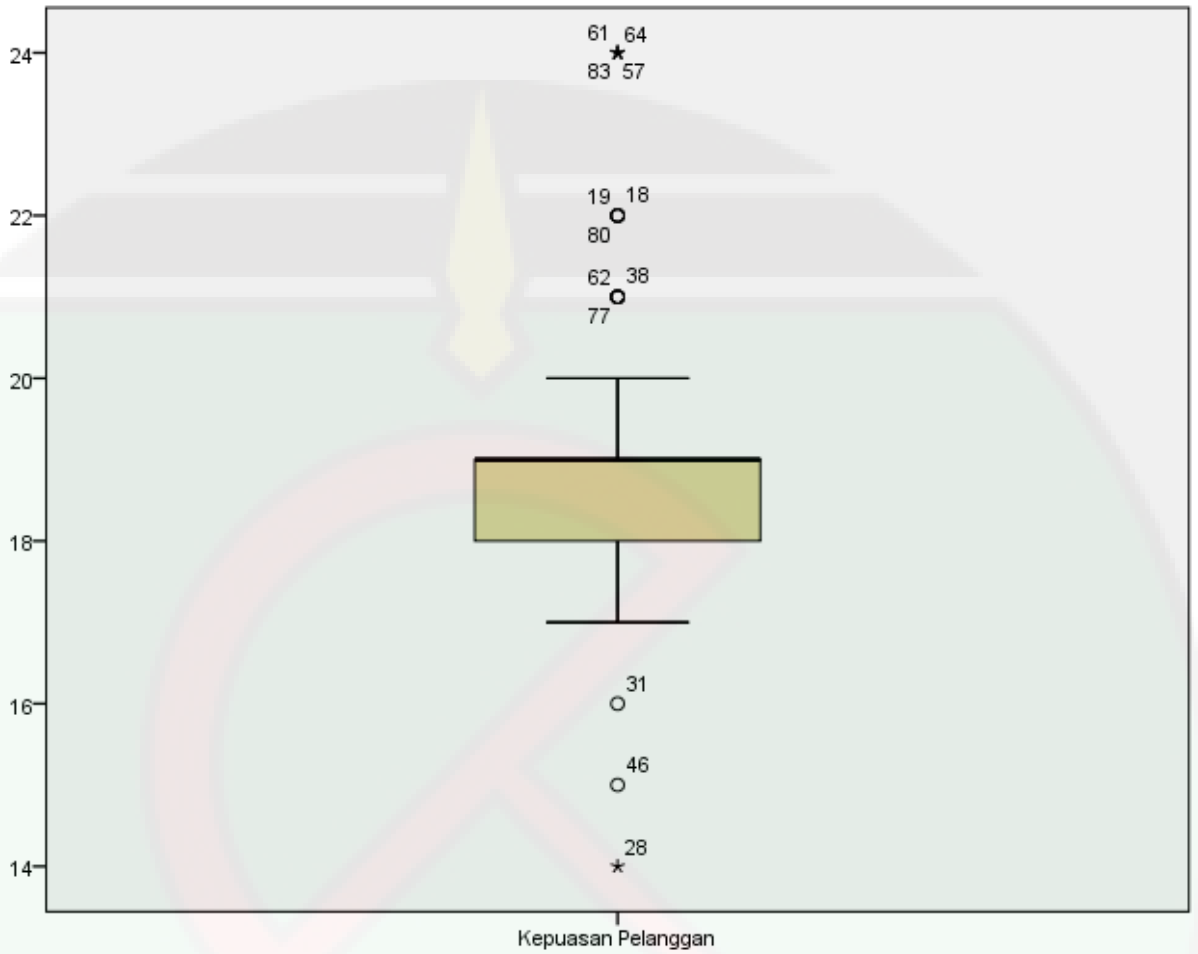
Each leaf: 1 case(s)











Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan Stem-and-Leaf Plot

Frequency	Stem & Leaf
-----------	-------------

1.00 Extremes (= <13.0)

3.00 15 . 000

3.00 16 . 000

4.00 17 . 0000

22.00 18. 000000000000000000000000

27.00 19. 00000000000000000000000000000000

15.00 20 . 0000000000000000

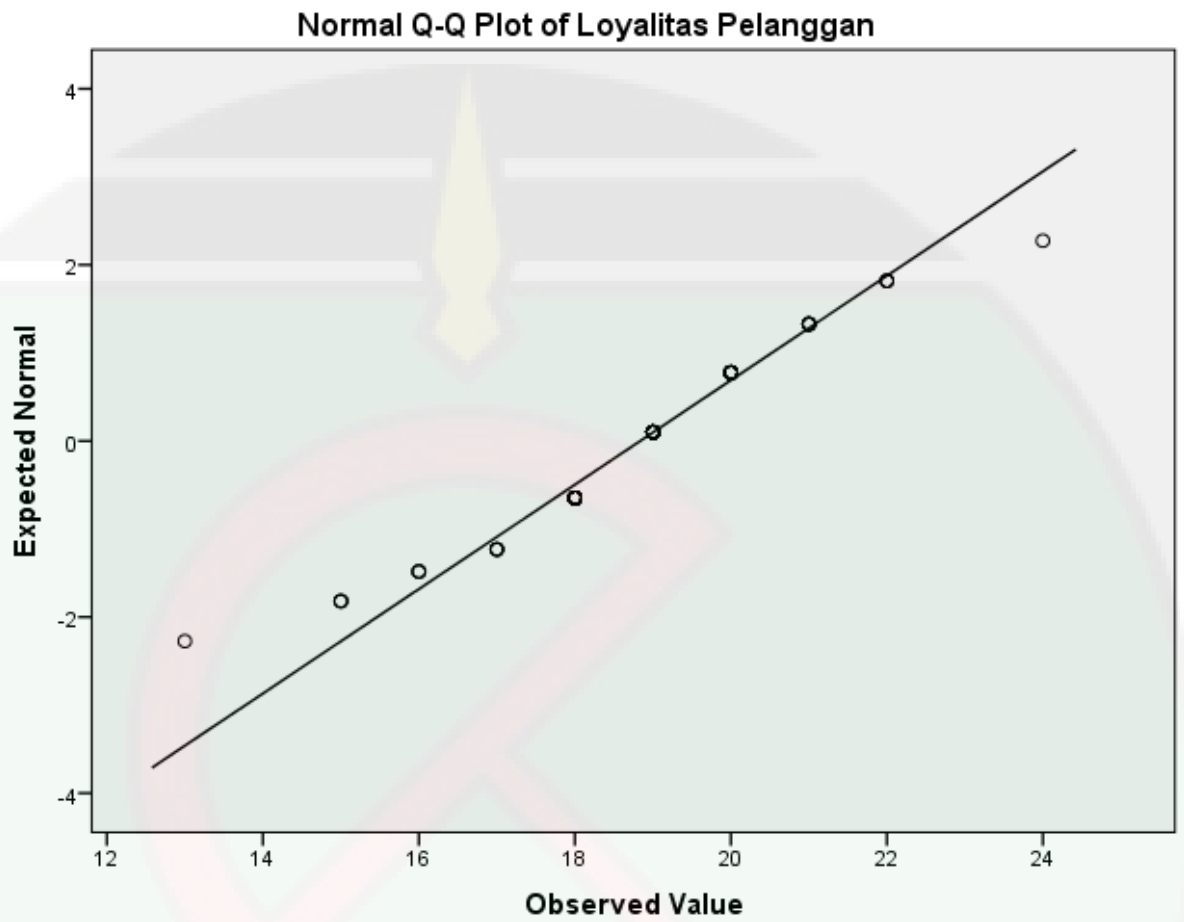
7.00 21 . 0000000

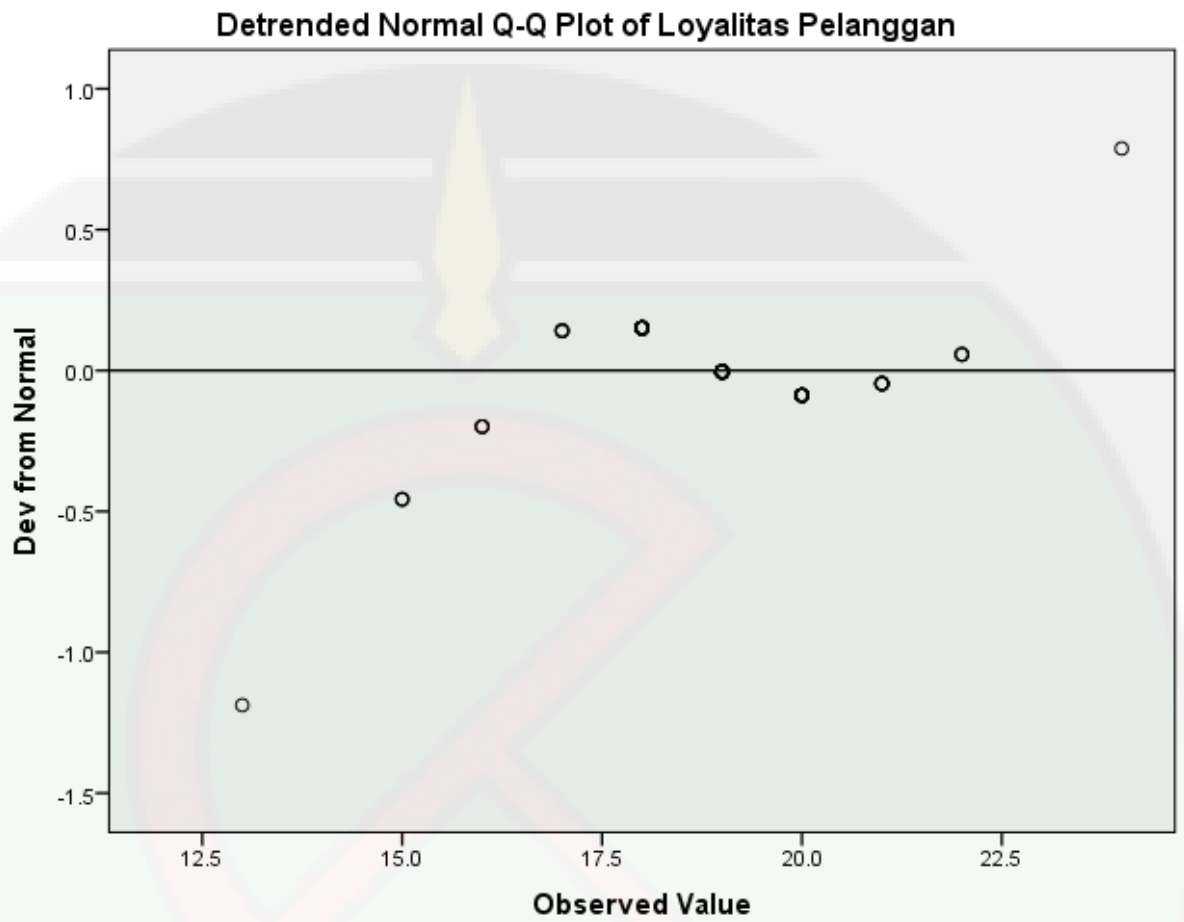
3.00 22 . 000

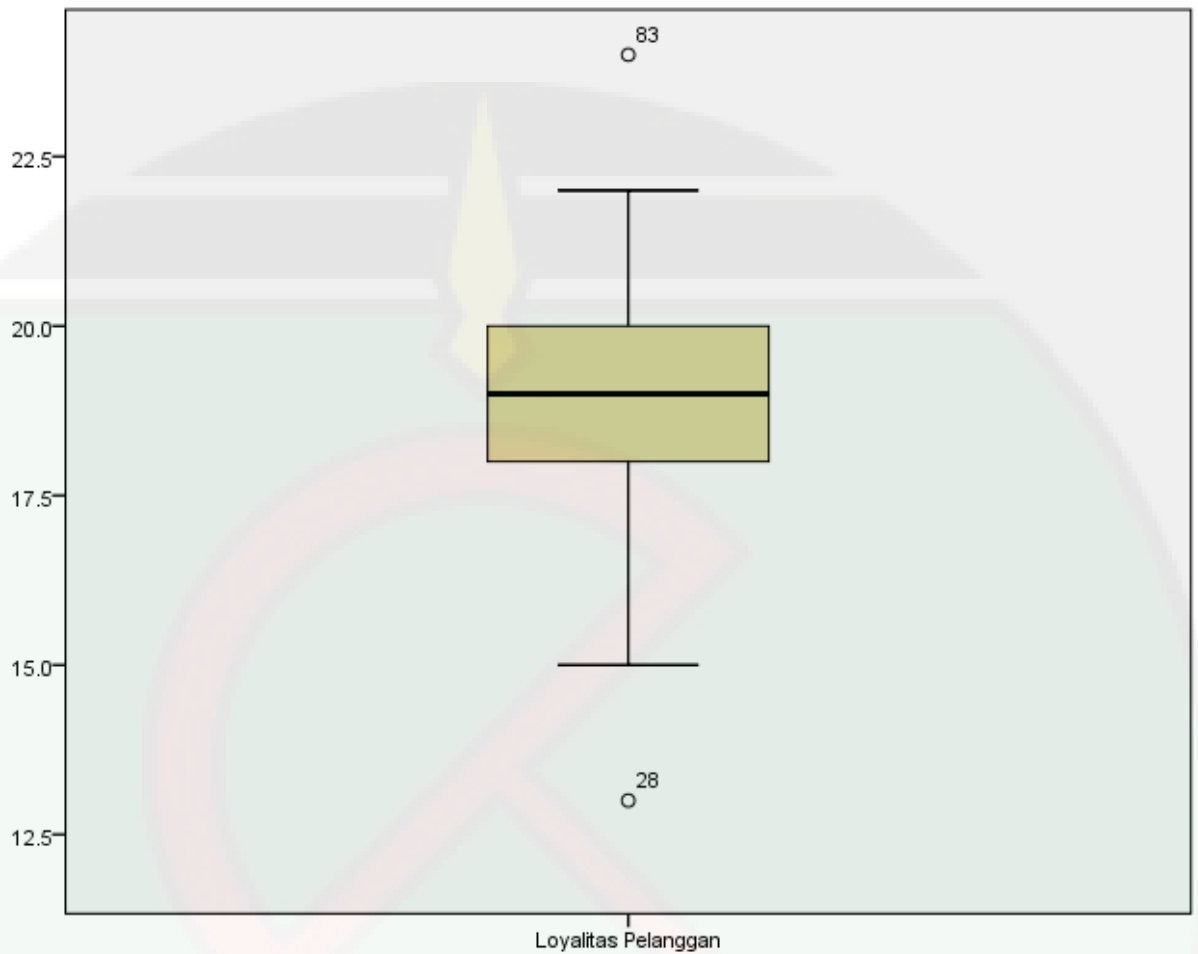
1.00 Extremes (≥ 24.0)

Stem width: 1.00

Each leaf: 1 case(s)







```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SAVE RESID.

```

Regression

Notes

Output Created	14-JUL-2023 01:07:10
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Save	Save>
Print	Print>
Save File	Save>
Number of Rows in Working Data File	86

Missing Value Handling		Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Cases Used		Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Statistics		Regression	Regression
Missing Listwise		Missing Listwise	Missing Listwise
Statistics Coefficients		Statistics Coefficients	Statistics Coefficients
ANOVA		ANOVA	ANOVA
Criteria=PIN(.05)		Criteria=PIN(.05)	Criteria=PIN(.05)
POUT(.10)		POUT(.10)	POUT(.10)
COORIGIN		COORIGIN	COORIGIN
DEPENDENT Y		DEPENDENT Y	DEPENDENT Y
METHOD=ENTER X1 X2		METHOD=ENTER X1 X2	METHOD=ENTER X1 X2
SAVE RESID.		SAVE RESID.	SAVE RESID.
Processor Time		Processor Time	00:00:00.09
Used Time		Used Time	00:00:00.33
Memory Required		Memory Required	4 bytes
Additional Memory Required for		Additional Memory Required for	bytes
Residual Plots		Residual Plots	
Tables Created or Modified		Tables Created or Modified	Standardized Residual
[DataSet0]			

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan ^b		Stepwise (Criteria: R Squared Change, Max. Change = .05)

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.565	.555	1.12523

Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	136.631	2	68.316	53.956	.000 ^b
Residual	105.090	83	1.266		
Total	241.721	85			

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.203	1.414		2.972	.004
Kualitas Pelayanan	.280	.114	.296	2.448	.016
Kepuasan Pelanggan	.491	.120	.493	4.079	.000

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.9937	22.7016	18.8372	1.26784	86
Residual	-2.84764	1.69393	.00000	1.11191	86
Predicted Value	-3.032	3.048	.000	1.000	86
Residual	-2.531	1.505	.000	.988	86

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Output Created		14-JUL-2023 01:07:33
Comments		
	Save Dataset	DataSet0
	Save	Save>
	Print	Print>
	Save As File	Save As>
	Number of Rows in Working Data File	86
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
tax		AR TESTS
		S(NORMAL)=RES_1
		MISSING ANALYSIS.
	cessor Time	00:00:00.06
ources	used Time	00:00:00.08
	number of Cases Allowed ^a	196608

^abased on availability of workspace memory.
[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
		.86
Normal Parameters ^{a,b}		1.0E-7
	Mean	
	Standard Deviation	1.11191151
		1.000
Most Extreme Differences		.100
	Positive	.064
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.931
Asymp. Sig. (2-tailed)		.352

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran VIII Hasil Uji Homogenitas

ONEWAY Y BY X1

/STATISTICS HOMOGENEITY

/MISSING ANALYSIS.

Oneway

Notes	
Output Created	14-JUL-2023 22:50:00
Comments	
Save Dataset	DataSet0
Save As	DataSet0
Save As	DataSet0
Save As	DataSet0
Number of Rows in Working Data File	86
Definition of Missing	Pre-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Statistics Used	ONEWAY Y BY X1
Statistics	STATISTICS HOMOGENEITY
Statistics	MISSING ANALYSIS.
Processor Time	00:00:00.03
Elapsed Time	00:00:00.06

[DataSet0]

Test of Homogeneity of Variances

alitis Pelanggan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.598	7	77	.149

ANOVA

alitis Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	134.739	8	16.842	12.122	.000
Within Groups	106.982	77	1.389		
Total	241.721	85			

ONEWAY Y BY X2

/STATISTICS HOMOGENEITY

/MISSING ANALYSIS.

/NOORIGIN
 /DEPENDENT TotalY
 /METHOD=ENTER TotalX1 TotalX2
 /SAVE RESID.

Regression

Notes	
Output Created	17-JUL-2023 11:22:53
Comments	
	C:\Users\DELL\Documents\Modul Uji Hipotesis.sav
	DataSet1
	ne>
	ne>
	ne>
	86
	er-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
	REGRESSION
	MISSING LISTWISE
	STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
	CRITERIA=PIN(.05)
	POUT(.10)
	NOORIGIN
	DEPENDENT TotalY
	METHOD=ENTER TotalX1
	TotalX2
	SAVE RESID.
	Processor Time 00:00:00.08
	Elapsed Time 00:00:00.11
	Memory Required 0 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots 0 bytes
Variables Created or Modified	5 1 Standardized Residual

[DataSet1] C:\Users\DELL\Documents\Modul Uji Hipotesis.sav

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan ^b		Stepwise (Criteria)

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.565	.555	1.125

Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	136.631	2	68.316	53.956	.000 ^b
Residual	105.090	83	1.266		
Total	241.721	85			

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.203	1.414		2.972	.004
Loyalitas Pelayanan	.280	.114	.296	2.448	.016
Keuasan Pelanggan	.491	.120	.493	4.079	.000

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.99	22.70	18.84	1.268	86
Residual	-2.848	1.694	.000	1.112	86
Predicted Value	-3.032	3.048	.000	1.000	86
Residual	-2.531	1.505	.000	.988	86

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



*Jl. MH. Thamrin No. 46 B Klangon Kecamatan Bojonegoro
Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62113
(0353)3412032*

No. : 09/LP.BJN/IV/2023
Perihal : **Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian**
Lampiran : -

Yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Eko Sudarto Poerwokoesoemo
Jabatan : Kepala Cabang Lion Parcel Bojonegoro
Pos CV. Berkah Trisula

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini :

Nama : Rafly Razif Abdullah
NIM : 19010010
Asal Kampus : STIE Cendekia Bojonegoro
Program Studi : Manajemen

Bahwa yang bersangkutan di atas adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro yang telah melakukan penelitian di perusahaan kami Lion Parcel Bojonegoro pos CV. Berkah Trisula selama 1 bulan terhitung dari tanggal 13 Maret 2023 sampai dengan 17 April 2023, guna memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ekspedisi Lion Parcel Bojonegoro".

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya dan dapat dipertanggung jawabkan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 21 April 2023
Lion Parcel Bojonegoro
Pos CV. Berkah Trisula



EKO SUDARTO P.
Kepala Cabang