



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA
PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG**

**(Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7
Lumajang)**

SKRIPSI

Oleh :

Ilmia Fortuna

140210301034

Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M
Pembimbing II : Dra. Sri Wahyuni, M.Si
Penguji I : Titin Kartini, S.Pd., M.Pd.
Penguji II : Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd.

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2019



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA
PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG**

**(Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7
Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Ilmia Fortuna

140210301034

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirabil 'alamin, dengan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunianya yang tiada henti, dan sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda Iksan dan Ibunda Hosbiyah, yang senantiasa memberikan kasih sayang, dorongan motivasi, semangat dan doa yang tiada henti yang beliau panjatkan dengan setulus hati.
2. Kakak saya Annisa Taufif Susanti, Fitria Wardani serta saudara saya yang sudah memberikan dukungan dan mengatikan posisi kedua orang tua saya yang sudah tiada.
3. Ian Pramadya Desanta yang selalu memberikan semangat serta dorongan hingga mampu menyelesaikan skripsi.
4. Bapak/ibu guru saya dari TK, SD, SMP, SMA sampai dengan Perguruan Tinggi yang telah memberikan bekal ilmu dengan ikhlas tanpa pamrih apapun.
5. Teman-teman Pendidikan Ekonomi Angkatan 2014 yang telah saling memberikan semangat dan doa.

MOTTO

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.”

(Aristoteles)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ilmia Fortuna

NIM : 140210301034

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul ” **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang** ” (Studi Kasus Pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang) adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah di sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas kesalahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 18 September 2019

Yang menyatakan,

Ilmia Fortuna

Nim. 140210301034

PERSETUJUAN

**” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui
Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang
” (Studi Kasus Pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7
Lumajang)**

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Program Sarjana Strata Satu Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh

Nama Mahasiswa : Ilmia Fortuna
NIM : 140210301034
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2014
Daerah Asal : Jember
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 10 Juli 1996

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo M.M.
NIP. 19600217 198603 1 003

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul” **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang** ” (Studi Kasus PadaJ&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 10 Oktober 2019
Tempat : Gd. I/ 44C 104 (R. UJIAN 2)

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo M.M.

NIP. 19600217 198603 1 003

Dra. Sri Wahyuni. M.Si.

NIP. 19570528 198403 2 002

Anggota I,

Anggota II,

Titin Kartini, S.Pd., M.Pd.

NIP. 19801205 200604 2 001

Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd.

NIP. 19800827 200604 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D.

NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG (Studi Kasus pada J&T Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Luamajang) : Ilmia Fortuna, 140210301034, 2019, 69 halaman; Progam Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Perkembangan dunia bisnis khususnya dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memerlukan strategi dalam mengatur strategi dalam mendapatkan pelanggan. Tujuan dasar dari perusahaan jasa itu sendiri adalah memberikan pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan harapan pelanggan guna membangun kepuasan pelanggan, sehingga penyedia jasa pengiriman barang memiliki hubungan baik dengan pelanggan dimana dalam hal ini pelanggan memberikan kepercayaan kepada perusahaan jasa tersebut. Kualitas pelayanan untuk pelanggan menjadi bagian penting dari perusahaan yang tercermin dalam visi, misi yang terdapat pada perusahaan.. Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang memiliki perkembangan adalah J&T Express. J&T Express adalah sebuah perusahaan jasa *express* yang melayani pengiriman barang ataupun dokumen ke seluruh kota di Indonesia. J&T Express yang berdiri pada tahun 2015 terus berkembang dan saat ini telah menjangkau seluruh Indonesia dengan 1.025. salah satu cabang J&T Express Cabang Lumajang yang beralamat di JL. Veteran, Ruko Royal Regency R-7 Lumajang. J&T Express Cabang Lumajang mampu mencatatkan pertumbuhan pengiriman yang tinggi 28%. Peningkatan tersebut memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan yang diberikan setidaknya telah mampu memenuhi harapan dari pelanggan. Pelanggan yang merasa puas atas kualitas pelayanan tersebut tentunya tertarik untuk terus menerus menggunakan pengiriman barang di J&T Express Cabang Lumajang.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui berapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman pada J&T Express Cabang Lumajang tahun 2018/2019. Penelitian ini menggunakan penentuan responden yang mengacu pada teori Roscoe, dengan pelanggan yang sudah menggunakan pengiriman lebih dari 2kali. metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner, wawancara dan observasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan secara pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan dari pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Luamajang. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar 54,6%. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar 52,1%. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar 52,1%. Hasil uji pengaruh tidak langsung didapatkan bahwa nilai beta pada pengaruh langsung (kualitas layanan terhadap loyalitas planggan) lebih kecil dari variabel kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan(Z), dengan nilai 0,310 untuk pengaruh langsung dan 0,351 untuk pengaruh tidak langsung, maka dari itu hasil menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) memiliki pengaruh signifikan.

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Lumajang, dimana prosesntase pengaruhnya yang besar serta nilai hitung t yang ;ebih besar dengan tingkat singnifikansi yang lebih kecil, membuktikan bahwa semakin baiknya kualitas pelayanan akan menciptakan kepuasan pelanggan serta menumbuhkan loyalitaspadapelanggan.

PRAKATA

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan kemudahan, kesabaran, dan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang (Studi Kasus Pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi pendidikan ekonomi dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari beberapa pihak terkait. Oleh karena itu penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Bapak Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Sri Wahyuni M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
5. Ibu Titin Kartini, S.Pd. M.Pd., selaku Dosen Penguji I dan Ibu Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini;
7. Bapak Doni, selaku bagian SPV pihak J&T Express cabang lumajang ;

8. Nino Nikantino selaku sahabat saya yang selalu meberikan semangat dan berjuang bersama dalam penyelesaian skripsi;
9. Keluarga besarku yang sudah memberikan doa serta dukungan moral maupun materi;
10. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya penelitian ini;
11. Seluruh pihak terkait yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu per satu;

Semoga do'a, bimbingan, dan semangat yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Oleh karena itu, penulis juga mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jember, 18 September 2019

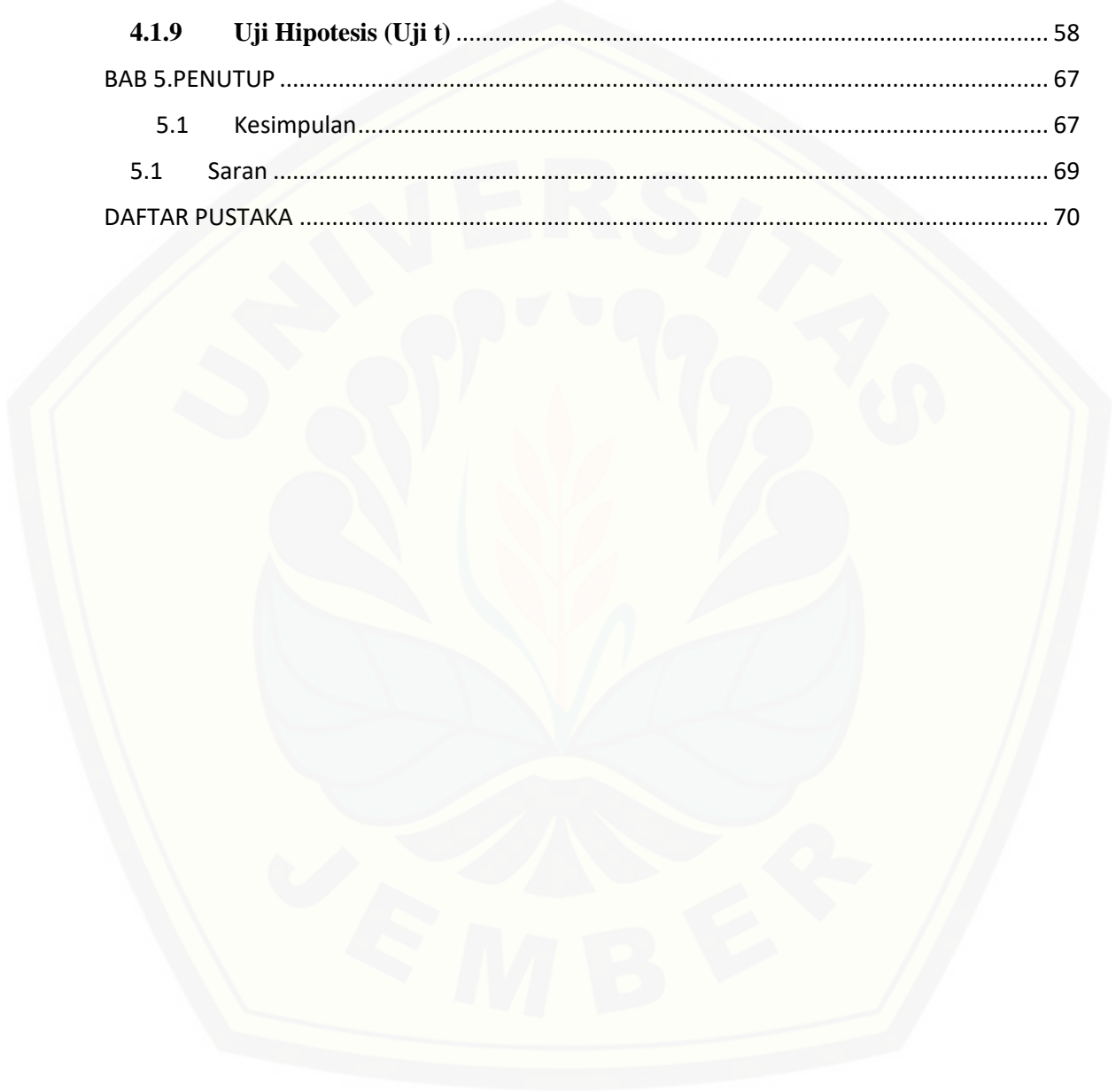
Penulis

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pemasaran Jasa	7
2.2.2 Jasa Pengiriman Barang	9
2.3 Kualitas Pelayanan	12
1. Keandalan	15
2. Daya Tanggap.....	15
3. Jaminan	15
4. Empati	16
5. Bukti Fisik	16
2.4 Kepuasan Pelanggan	17
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	18

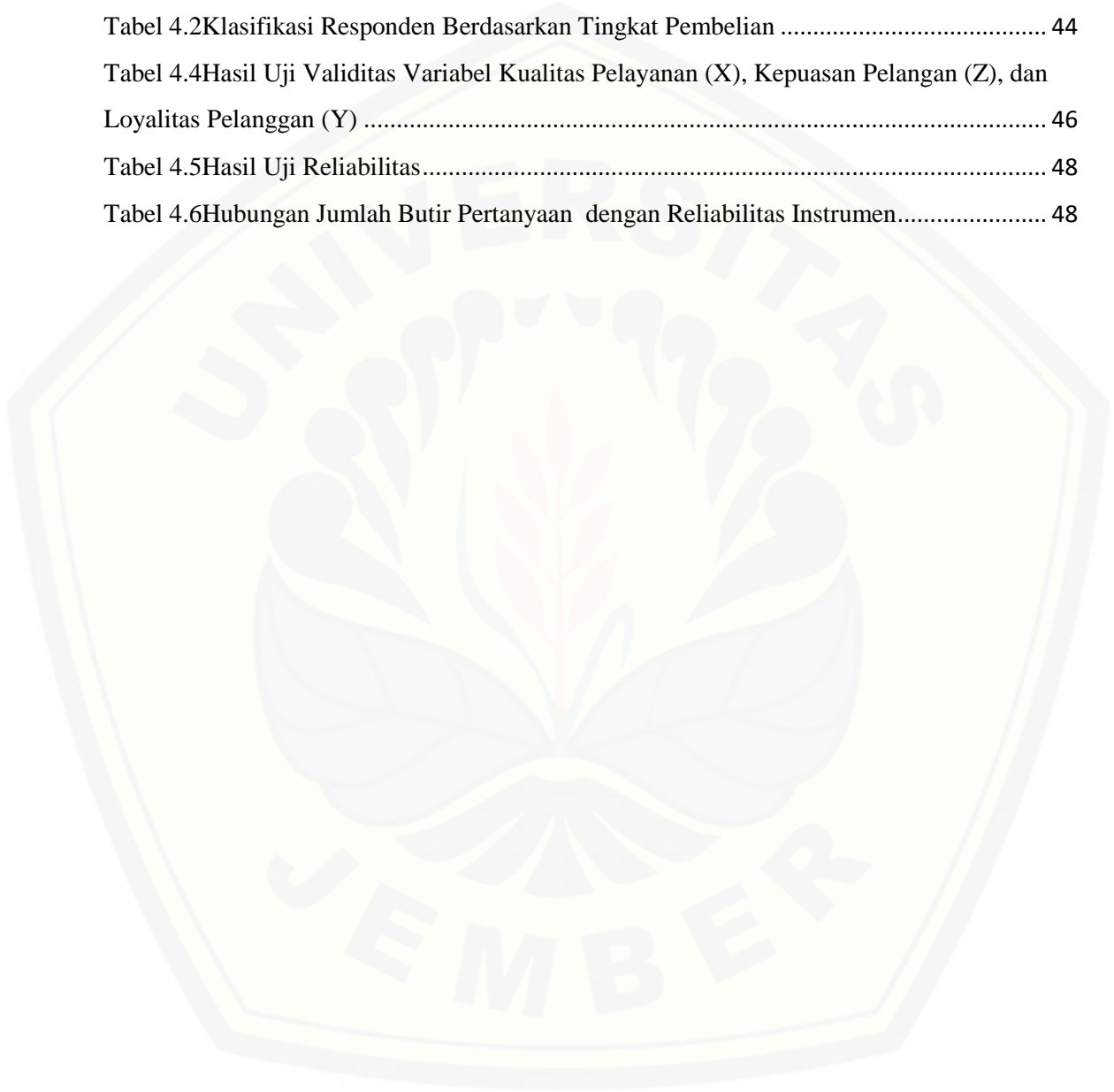
2.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.8	Kerangka Berpikir Penelitian	23
2.9	Hipotesis Penelitian	24
BAB 3. METODE PENELITIAN		26
3.1	Rancangan Penelitian	26
3.2	Metode Penentuan Tempat Penelitian	26
3.3	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel Penelitian	27
3.4	Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1	Kualitas Pelayanan (X)	28
3.4.2	Kepuasan Pelanggan (Z)	30
3.4.3	Loyalitas Pelanggan (Y)	30
3.5	Jenis dan Sumber Data	30
3.5.1	Jenis Data	30
3.5.2	Sumber Data	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	31
3.7	Metode Pengolahan Data	32
3.7.1	Editing	32
3.7.2	Skoring	32
3.7.3	Tabulasi	33
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	33
3.8.1	Uji Validitas	33
3.9	Metode Analisis Data	34
3.9.1	Uji Asumsi Klasik	34
3.9.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	36
3.9.4	Uji Signifikansi	38
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		41

4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Data Pendukung.....	41
4.1.2	Data Utama	42
4.1.9	Uji Hipotesis (Uji t)	58
BAB 5.	PENUTUP	67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.1	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian	44
Tabel 4.4Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y)	46
Tabel 4.5Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.6Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	24
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	37
Gambar 4 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas X-Z.....	52
Gambar 4 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas X-Z-Y	53
Gambar 1 1 Kantor J&T Express Lumajang.....	149
Gambar 1 2 Transportasi J&T Express Lumajang.....	149
Gambar 1 4 Pelanggan J&T Express Lumajang	150
Gambar 1 3 Pelayanan J&T Express Lumajang	150
Gambar 1 5 Pelanggan J&T Express Lumajang	151
Gambar 1 6 Pelanggan J&T Express Lumajang.....	151
Gambar 1 7 Pelanggan J&T Express Lumajang.....	152
Gambar 1 8 Pelanggan J&T Express Lumajang.....	152
Gambar 1 9 Observasi kuisisioner pada pelanggan J&T Express Lumajang	153
Gambar 1 10 Observasi kuisisioner pada pelanggan J&T Express Lumajang.....	154
Gambar 1 11 SPV dan admin J&T Express Lumajang.....	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Matrix Penelitian	79
Lampiran Tuntunan Penelitian	80
Lampiran Angket penelitian.....	82
Lampiran Hasil Angket.....	87
Lampiran Daftar Responden	94
Lampiran Uji Validitas.....	109
Lampiran Uji Normalitas	115
Lampiran Uji Multikonejaritas	116
Lampiran Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Lampiran Uji Hipotesis	120
Lampiran Tabel R	135
Lampiran Tabel F.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran Tabel T.....	142
Lampiran Gambar	147

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam dunia bisnis pada saat ini semakin pesat tidak hanya didominasi oleh perusahaan barang tetapi juga diikuti oleh perusahaan jasa. Hal ini ditunjukkan banyaknya perusahaan jasa yang terus berkembang dengan kualitas-kualitas pelayanan yang perusahaan miliki. Salah satunya perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pengiriman barang. Pengiriman barang pada saat ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk mereka yang ingin mengirimkan barang untuk sanak saudara, teman, rekan kerja, dan pembelian online yang sekarang sangat mendominasi hingga perusahaan jasa terus meningkatkan kemampuannya dalam pengiriman barang serta pelayanan yang baik bagi pelanggan yang menggunakannya.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya jasa pengiriman perlu merumuskan strategi untuk melatih karyawan yang terampil, berpenampilan menarik, berwawasan dan memiliki pengetahuan yang luas. Penting bagi perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul dan baik. Karena mengingat perusahaan jasa yang berkembang tidaklah sedikit dan setiap perusahaan tentu juga memiliki kelebihan tersendiri khususnya pada kualitas pelayanan yang perusahaan berikan kepada pelanggan. Pihak perusahaan sendiri harus mampu memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan dan keinginan para pelanggan. Karena kualitas pelayanan disini menjadi salah satu keberhasilan perusahaan yang dapat dirasakan oleh para pelanggan.

Keadaan seperti ini perusahaan harus menetapkan orientasi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai tujuan utama. Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut akan kembali menggunakan jasa yang telah diberikan. Kemungkinan besar juga akan merekomendasikan kepada pelanggan lain. Hal ini berkaitan erat dengan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan yang akan memberikan kepuasan serta membuat pelanggan loyal

dengan perusahaan. Sehingga pada perusahaan jasa disini kualitas pelayanan berperan penting bagi keberhasilan perusahaan, dimana perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan yang nantinya akan memberikan rasa puas serta loyal kepada pelanggan yang menggunakannya.

Tujuan dasar dari perusahaan jasa yaitu memberikan pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan harapan pelanggan guna membangun kepuasan pelanggan, sehingga penyedia jasa pengiriman barang memiliki hubungan baik dengan pelanggan dimana dalam hal ini pelanggan memberikan kepercayaan kepada perusahaan jasa tersebut. Perusahaan dituntut untuk siap dalam memenuhi keinginan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tidak mudah berpindah pada penyedia jasa pengiriman yang lainnya. Kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten akan membuktikan pada pelanggan bahwa jasa pengiriman yang digunakan adalah jasa pengiriman terbaik, sehingga menumbuhkan kepuasan yang membuat pelanggan akan menggunakan jasa pelayanan secara terus menerus dikemudian hari dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan untuk pelanggan menjadi bagian penting dari perusahaan yang tercermin dalam visi, misi yang terdapat pada perusahaan. Sehingga perusahaan mampu menerapkan layanan yang unggul pada pelanggan yang nantinya akan menciptakan kepuasan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Serta memncapai tujuan agar perusahaan mempertahankan keberhasilan perusahaannya untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Khususnya bagi perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pengiriman barang agar mampu bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman barang yang lainnya.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang memiliki perkembangan adalah J&T Express. J&T Express adalah sebuah perusahaan jasa *express* yang melayani pengiriman barang ataupun dokumen ke seluruh kota di Indonesia. J&T Express yang berdiri pada tahun 2015 terus berkembang dan saat ini telah menjangkau seluruh Indonesia dengan 1.025 cabang. Sebagai perusahaan *express* baru di Indonesia, J&T Express memberikan pelayanan kiriman paket yang cepat, nyaman dan terpercaya.

J&T Express optimis dapat menjadi perusahaan *express* yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas premium.

J&T Express sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan memberikan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Salah satu cabang J&T Express adalah J&T Express Cabang Lumajang yang beralamat di Jl. Veteran, Ruko Royal Regency R7 Lumajang. J&T Express Cabang Lumajang mampu mencatatkan pertumbuhan pengiriman yang tinggi mencapai 28%. Peningkatan tersebut memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan yang diberikan setidaknya telah mampu memenuhi harapan dari pelanggan. Pelanggan yang merasa puas atas kulaitas pelayanan tersebut tentunya tertarik untuk terus menerus menggunakan jasa pengiriman barang di J&T Express Cabang Lumajang.

Secara umum dapat dikatakan bahwa keinginan dasar dari pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman adalah mengharapkan kualitas pelayanan yang baik, bermanfaat, serta cepat dan amannya barang yang dikirim tersebut. J&T Express Cabang Lumajang menyadari bahwa setidaknya terdapat enam poin kebutuhan pelanggan terhadap jasa pengiriman yaitu harga, kecepatan, keamanan, layanan yang jelas, *real time tracking* dan *reporting*. Hal inilah yang menjadi landasan J&T Express Cabang Lumajang dan menjadikannya sebagai keunggulan bersaing.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan pelanggan untuk kelangsungan perusahaan, maka perlu dilakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Mengacu pada argumen tersebut, maka penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN**

J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG (Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.
2. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.
3. untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.
4. untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru mengenai kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan pelanggan.
2. Bagi perguruan tinggi, diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah acuan pada skripsi yang sudah ada dan mempermudah untuk mahasiswa diperguruan tinggi dalam pengerjaan skripsi.
3. Bagi perusahaan J&T Express Cabang Lumajang, sebagai informasi yang dapat menambah pengetahuan untuk mengembangkan kualitas pelayanan.
4. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan sebagai tambahan bacaan, referensi mengenai kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan pelanggan serta untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sejenis.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 ini akan dibahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diteliti. Adapun tinjauan pustaka meliputi (1) Tinjauan penelitian terdahulu, (2) Pemasaran Jasa, (3) Jasa pengiriman barang, (4) Kualitas pelayanan, (5) Kepuasan pelanggan, (6) Loyalitas pelanggan, (7) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, (8) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, (9) Kerangka berfikir, (10) Hipotesis penelitian.

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah penulis baca, diantaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian yang sejenis pernah juga dilakukan Gunarto Heru Santoso pada tahun 2017 dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen Djemari Reflexology di Jalan Melati Wetan No. 15 Baciro Yogyakarta) Tahun 2017”. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Konsumen (Y) dan variabel Loyalitas Konsumen (Z) adalah untuk Variabel X terhadap Y sebesar 0,604, variabel Y terhadap Z sebesar 0,197 dan sedangkan variabel X terhadap Z sebesar 0,377, Dari variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Konsumen (Z) memiliki hasil lebih besar dibanding pengaruh tidak langsung ($0,266 > 0,111$).

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Vivi Wahyu Nengtyas yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Cabang Malang Tahun 2015”. Kualitas pelayanan jasa mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan prosentase sebesar 89,1%. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti tentang

pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel (X) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel (Y). Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah pada penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan penelitian sekarang menggunakan analisis path (analisis jalur).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pemasaran Jasa

Pemasaran tidak lagi dipandang sebagai bagian yang terpisah dari organisasi yang hanya berperan sebagai proses penjualan suatu produk ataupun jasa. Perkembangan konsep pemasaran sendiri tidak terlepas dari fungsi-fungsi organisasi yang lain dan pada akhirnya mempunyai tujuan untuk memuaskan pelanggan. Pemasaran yang tidak efektif dapat membahayakan perusahaan karena berakibat pelanggan merasa tidak puas. Tujuan pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan tingkat pelayanan yang tepat dan mempertahankan pelanggan yang lama dengan memberikan serta memenuhi harapan pelanggan sehingga menciptakan tingkat kepuasan.

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, bertujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler dan Armstrong, 2008:6). Tujuan kegiatan pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan tingkat pelayanan yang tepat dan mempertahankan pelanggan yang lama dengan memberikan serta memenuhi harapan pelanggan sehingga menciptakan tingkat kepuasan.

Jasa sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari personal service (pelayanan personal) sampai jasa sebagai suatu produk. Menurut Lupiyoadi (2006:5) jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) pelanggan.

Pengertian jasa menurut Kotler dan Keller, (2013: 429) adalah sebagai berikut :Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan aspek interaksi antara pihak konsumen dan produsen atau pemberi jasa. Jasa adalah kenyamanan, kesenangan, kesehatan dan jasa tidak dapat disimpan tetapi bisa dijual pada saat diperlukan. Jasa merupakan suatu proses yang tidak berwujud.

Ada 4 (empat) karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang yang dinamakan paradigma IHIP: *intangibility*, *heterogeneity*, *inseparability*, dan *perishability*, (dalam Tjiptono, 2005:24), karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Intangibility*

Jasa bersifat *intangibility* artinya jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, dicium, atau didengar sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep *intangibility* ini sendiri memiliki 2 pengertian (Fandy Tjiptono, 2005: 24), yaitu sebagai berikut:

1. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
2. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohani.

Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila seorang pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya. Oleh sebab itu untuk mengurangi ketidakpastian, pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti-bukti kualitas jasa tersebut.

2. *Inseparability*

Inseparability berarti bahwa hasil (*outcome*) jasa dipengaruhi oleh interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektifitas individu

yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Unsur lain yang tidak kalah penting adalah tingkat partisipasi/keterlibatan pelanggan dalam proses pembelian jasa.

3. Heterogeneity

Jasa yang memiliki banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

4. Perishability

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja, akan tetapi dalam kasus tertentu jasa bisa disimpan dalam bentuk pemesanan (reservasi) dan penundaan penyampaian jasa (asuransi).

Pemasaran jasa mengedepankan pelayanan dan tindakan yang membuat pelanggan merasa puas. Hal ini didukung dengan pendapat Lupiyoadi (2001:17), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara *intangibile* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Berdasarkan pendapat dan penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa pemasaran jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada pelanggan dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat diraba, dilihat, didengar, diraba sebelum dibeli. Seperti halnya di J&T Express, J&T Express merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran jasa. Pemasaran jasa yang dilakukan oleh J&T Express adalah pengiriman jasa dimana yang berorientasi pada kualitas pelayanan jasa dengan tujuan agar pelanggan mendapat kepuasan.

2.2.2 Jasa Pengiriman Barang

Perkembangan bisnis jasa pengiriman semakin baik dan banyaknya pesaing yang mendirikan perusahaan jasa pengiriman. Pengiriman barang yang dilakukan untuk dapat mempermudah masyarakat jika ingin mengirimkan barang terhadap sanak saudara yang jauh. Industri jasa pengiriman di Indonesia sangat berkembang pesat. Setiap orang menginginkan barang-barang yang dikirimnya cepat sampai,

aman, dan selamat kepenerima barang. Banyak hal yang dilakukan oleh jasa pengiriman tersebut. Mereka melakukan terobosan baru tanpa henti, salah satunya dengan membenamkan aplikasi pengiriman *dismartphone*. Hal itu untuk mempermudah *customer* dan juga para kurir mengetahui dimana posisi pelanggan yang akan mengirimkan barang mereka untuk segera diambil.

Pengiriman atau *shipping* adalah bagian penting dalam suatu rantai persediaan yang berfungsi untuk menyiapkan dan mengirimkan barang ke *customer* (Yunarto, 2006:163). Aktivitas pengiriman atau *shipping* bukan hanya berarti pengiriman barang saja, tetapi didalamnya terdapat aktivitas untuk menyiapkan barang tersebut agar siap untuk dikirim. Aktivitas menyiapkan barang tersebut disebut dengan istilah *picking* dan *packing*. Adanya aktivitas pengiriman barang memunculkan usaha jasa pengiriman barang. *Freight forwarder* adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang keagenan yang mengurus pengiriman dan penerimaan barang ekspor dan impor maupun pengiriman dalam negeri (Mitra and Steven, 2014). *Freight forwarder* ini bisa dikatakan sebagai *shipping agent/carrier*. Secara keseluruhan, *freight forwarding* berfungsi sebagai Jasa pengiriman. Menurut Suyono (2003:155) pengertian *freight forwarding*(jasa pengiriman barang) adalah badan usaha yang bertujuan memberikan jasa pelayanan/pengurusan atau seluruh kegiatan diperlukan bagi terlaksananya pengiriman, pengangkutan dan penerimaan barang dengan menggunakan multimodal trasport baik darat, laut dan udara. Berkaitan dengan jasa pengiriman barang dikenal beberapa konsep yaitu:

1. *Shipping/Shipment* adalah kegiatan pengiriman barang yang melibatkan *shipper*, penyedia jasa, *consignee*, dan armada pengangkutan mitra bisnis penyedia jasa pengiriman barang.
2. *Shipping Instruction* (SI) adalah surat perintah pengiriman barang yang diberikan oleh *shipper* kepada pihak penyedia jasa pengiriman barang.
3. *Shipper* adalah pelanggan retail atau korporat yang memanfaatkan jasa layanan pengiriman barang.

4. *Consignee* adalah penerima barang dari *shipper* melalui penyedia jasa layanan pengiriman barang.
5. *Agent* adalah pihak penyedia jasa layanan pengiriman barang yang bertanggung jawab atas pengiriman barang setelah barang berangkat dari bandara atau pelabuhan untuk selanjutnya dikirimkan kepada *consignee*.

Prosedur pengiriman barang berawal dari dikirimnya barang dari pengirim kepada penerima. Kemudian kedua belah pihak mengadakan kesepakatan mengenai barang yang dikirim tersebut, yang antara lain mencakup berat barang, jenis barang, tujuan barang serta layanan pengiriman barang, yang kesemuanya itu akan mendasari tarif yang dikenakan pada pengirim.

Kerjasama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya disebut administrasi. Pada *Rush Courier*, kegiatan administrasi dilakukan mulai dari pencatatan pengiriman barang dan pengaturan jadwal pengiriman. Pada proses pencatatan pengiriman barang dari pelanggan, bagian administrasi mempunyai ketentuan perhitungan biaya yang harus dibayar oleh pengirim..

Karakteristik pengiriman jasa yang baik serta mampu diandalkan sebagai berikut Mulyadi (2001:202):

1. Keterjangkauan
Pelanggan senantiasa mencari perusahaan yang sediakan service yang baik dan harga terjangkau.
2. Ketepatan
Pelanggan pengguna jasa pengiriman barang tentu menginginkan barang yang akan dikirimkan sampai tepat pada waktunya.
3. Keamanan
Pelanggan akan memilih perusahaan jasa pengiriman yang memiliki layanan kemananan yang baik. Agar barang yang akan dikirimkan aman dan tidak rusak.
4. Koneksi

Perusahaan jasa pengiriman harus memiliki koneksi misalnya seperti web untuk dapat mengatur jadwal pengiriman barang yang nantinya pelanggan dapat melihat jadwal barang yang di kirim serta keberadaan barang tersebut.

Usaha jasa pengiriman barang ini mengurus semua kegiatan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang yang dilakukan oleh pelanggan. Kegiatan tersebut mencakup penerimaan, penyimpanan, pengepakan, pengukuran, dan biaya-biaya lainnya yang berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya oleh yang berhak menerimanya. Serta mengoptimalkan rute-rute pengiriman dan meminimalkan biaya transportasi dalam memberikan dan menyediakan layanan ekspres agar lebih efisien, aman, dan tepat waktu untuk setiap pelanggan setianya.

2.3 Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, *et. al.* (Lupiyadi, 2006: 181).

Menurut Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono 2008:152) kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus-menerus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan. Definisi mutu pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika kualitas pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan ideal. Mengacu pada pengertian kualitas pelayanan tersebut maka konsep kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan.

Parasuraman, *et. al.* (dalam Tjiptono, 2008:174) terdapat lima unsur yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu: “*tangible, responsiveness, reability, assurance, dan empathy*”. Dari keterangan diatas lima dimensi diantaranya sebagai berikut :

1. Bukti fisik berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi manusia.
2. Kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan tanggap.
4. Jaminan yaitu pengetahuan, kesopanan karyawan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.

Menurut Sviokla (dalam Lupiyoadi, 2013:214) mengembangkan delapan dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Kinerja yaitu kinerja yang merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.
2. Keistimewaan produk yaitu dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk.

3. Keandalan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standart-standart yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tanggap berkaitan dengan seberapa tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.
6. Serviceability meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki, penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif, penilaian dan refleksi yang dirasakan konsumen.
8. Kualitas yang dipersepsikan atau yang dirasakan yaitu citra dan reputasi jasa serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap kualitas pelayanan yang didapat dibandingkan dengan pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Jika pelayanan yang diberikan melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan. Menurut Hardiyansah (2011:45), untuk mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara survey pelanggan pada dimensi-dimensi kualitas layanan yang berkaitan dengan kebutuhan pelanggan.

1. Keandalan
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

Dari dimensi-dimensi diatas terdapat indikator –indikator untuk mengukur kualitas pelayanan, indikator tersebut meliputi

1. Keandalan

pelanggan. Keandalan dalam jasa pengiriman dapat ditunjukkan melalui indikator:

1. Ketepatan waktu dalam melakukan pengiriman barang, waktu yang dijanjikan dalam pengiriman cepat dan tidak terlambat.
2. Ketepatan tempat tujuan pengiriman barang, sampainya tujuan ke tempat yang sudah tertera di alamat.
3. Ketepatan penjemputan paket di tempat orang yang akan melakukan pengiriman barang.

2. Daya Tanggap

Daya tanggap adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Ketanggapan yang harus ditunjukkan meliputi:

1. Kesigapan membantu pelanggan dalam melakukan transaksi penggunaan jasa, kesigapan yang dilakukan dengan cekatan dalam segera memproses saat pelanggan melakukan transaksi.
2. Kemampuan dalam merespon pertanyaan atau keluhan pelanggan, menjawab serta memberikan solusi dari pertanyaan ataupun keluhan yang ditanyakan oleh pelanggan.

3. Jaminan

assurance atau jaminan meliputi keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan, keamanan dalam penggunaan jasa. Dengan adanya jaminan dari perusahaan akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Adapun jaminan yang harus ditunjukkan meliputi:

1. Memberikan keamanan untuk barang yang akan dikirim, kemananan dalam pengiriman barang agar sampai ke tempat tujuan.

2. Memberikan jaminan atas kerusakan dan kehilangan barang yang disebabkan perusahaan.

4. Empati

Empati merupakan kemudahan komunikasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen. Adapun empati yang harus ditunjukkan meliputi :

1. Kemampuan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dalam memahami keinginan pelanggan.
2. Kemampuan dalam menghadapi pelanggan dengan sikap sabar, ramah, dan penuh perhatian.

5. Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan salah satu indikator dari kualitas pelayanan yang menjadi perhatian pelanggan. Berikut bukti fisik yang harus ditunjukkan meliputi :

1. Kondisi ruangan yang rapi, bersih dan nyaman, keadaan kantor J&T Express yang bagus dan membuat nyaman pelanggan.
2. Kondisi mobil angkut pengiriman barang, mobil yang memadai dan bagus serta terjaga saat pengiriman berlangsung.
3. Tersedianya nomor duduk dan nomor antrian, menjadi salah satu hal untuk diperhatikan dimana dapat menjadi penunjang bagi pelanggan saat akan melakukan pengiriman barang jika harus antri dan menunggu.
4. Tersedianya fasilitas pengepakan yang memadai, akan menjadi sarana penanganan barang pelanggan agar lebih baik dalam pengepakan jika fasilitasnya memadai.

5.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Pelanggan berharap kebutuhan dan keinginannya terpenuhi dengan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari perusahaan. Menurut Yazid (2008:55) kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi sementara kinerja biasa saja maka kepuasan tidak tercapai, sebaliknya bila kinerja melebihi harapan maka kepuasan meningkat. Teori kepuasan konsumen didasarkan pada upaya meminimalkan (kesenjangan) tersebut. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa sesuai dengan yang dipersepsikan konsumen.

Anderson (dalam Tjiptono,2008:34) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan kontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Menurut Kotler (2007:36) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan pelanggan dengan unjuk kerja perusahaan yang diterimanya selama menjadi pelanggan. Setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja personil layanan jasa yang telah diterima pelanggan merasa puas atau tidak kecewa apabila kinerjanya sesuai dengan harapan atau bahkan melebihinya.

Menurut Tjiptono (2008:24), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang berguna bagi perusahaan. Apabila pelanggan merasa

puas, maka dia menunjukkan besarnya kemungkinan untuk menggunakan kembali (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:194).

Menurut Tjiptono (2008:366) menyatakan kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa konsep yaitu:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan, yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.
2. Konfirmasi harapan, kepuasan tidak diukur langsung, namun dinyatakan berdasarkan ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
3. Melakukan pembelian ulang, pelanggan yang merasa puas tidak hanya melakukan pembelian ulang tetapi juga memakai jasa kembali untuk seterusnya.
4. Kesiapan untuk merekomendasikan, pelanggan yang merasa puas akan menggunakan kembali jasa tersebut tentu merekomendasikan dan menginformasikan kepada orang lain tentang kebaikan dari jasa pengiriman yang di gunakan.
5. Ketidakpuasan pelanggan, beberapa macam aspek yang telah di telaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan meliputi: komplain, return atau pengembalian prodak, biaya garansi, pelanggan yang beralih ke pesaing.

Menurut Satriyo dan Anik (2016), kepuasan konsumen dapat diukur melalui.

1. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk
2. Kesesuaian ekspektasi atau harapan pelanggan
3. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi

2.5 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan, jasa maupun produk (Rangkuti, 2012:60). Menurut Tjiptono (2008:110), “loyalitas pelanggan adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Pelanggan

yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian produk/jasa tersebut walaupun dihadapkan pada banyak alternatif produk/jasa pesaing yang menawarkan karakteristik produk/jasa yang lebih unggul dipandang dari berbagai sudutnya.

Lupiyoadi (2013:143) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan harus disertai dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun kemungkinan besar juga loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun. Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya sebagian besar dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan terhadap produk/jasa tertentu.

Perilaku pembelian ulang seringkali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Akan tetapi ada perbedaan diantara keduanya. Bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, maka perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (mungkin sebabkan hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah dan sebagainya). Pembelian ulang merupakan hasil dominasi pasar oleh suatu perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih. Selain itu, pembelian ulang bisa pula merupakan hasil dari upaya promosi terus-menerus dalam rangka memikat dan membujuk pelanggan untuk membeli kembali merek yang sama. Bila tidak ada dominasi pasar dan upaya promosi intensif tersebut, maka pelanggan bersangkutan sangat mungkin beralih merek. Sebaliknya, pelanggan akan setia pada merek tertentu cenderung terikat pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama lagi sekaligus tersedia banyak alternatif lainnya.

Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) seringkali dimulai dari kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan sendiri merupakan suatu sumber kehidupan dan kelangsungan dari perusahaan. Kepuasan yang diperoleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian, dengan demikian terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal akan mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas. Loyalitas pelanggan berarti kemampuan perusahaan memposisikan

produknya dibenak pelanggan, dimana perusahaan berusaha memposisikan pelanggan sebagai mitranya dengan cara memantapkan keyakinan pelanggan, selalu berinteraksi, bila perlu mengembangkan demi kemajuan bersama. Sedangkan yang dimaksud pelanggan yang loyal adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan ke pelanggan yang lain yang potensial dari mulut ke mulut dan menjadi penangkal serangan dari pesaingnya.

Menurut Griffin (2003: 32), loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behavior*) dari pada dengan sikap. pelanggan loyal adalah seseorang yang melakukan aktivitas membeli barang atau jasa yang memenuhi kriteria sebagai berikut: melakukan pembelian ulang secara berkala, membeli produk lain yang ditawarkan produsen yang sama, merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dinyatakan bahwa loyalitas pelanggan menggambarkan sikap pelanggan yang menyenangkan suatu produk/jasa yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk/jasa itu sepanjang waktu.

Menurut Griffin (2003: 31), loyalitas pelanggan adalah aktivitas dalam melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar produk/jasa, merekomendasikan produk/jasa, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Kotler dan Keller (2013: 148) juga mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai “Keberhasilan jangka panjang dari produk/jasa tertentu tidak didasarkan pada jumlah pelanggan yang membelinya hanya sekali, tetapi pada jumlah pelanggan yang menjadi pembelian berulang” Melalui definisi ini, Kotler dan Keller ingin menjelaskan bahwa konsumen akan loyal diukur melalui tiga hal dibawah ini yaitu:

1. *Word of mouth*: merekomendasikan orang lain untuk membeli atau mereferensikan kepada orang lain.
2. *Reject another*: menolak menggunakan produk lain atau menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
3. *Repeat purchasing*: berapa sering melakukan pembelian ulang.

2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup perusahaan, tingginya kualitas yang diberikan akan mencerminkan pada aspek kepuasan para pelanggan. Menurut Alma (2000:279) hal penting perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah penerapan kualitas pelayanan sehingga tercapai kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan dan tidak terbuju untuk berpindah perusahaan lain. Hal tersebut dikuatkan dari Lupiyoadi(2013:192) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati (Rangkuti, 2012:41). Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Berdasarkan pendapat diatas kepuasan pelanggan akan tercipta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan namun jika kualitas yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan rasa ketidakpuasan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan akan membentuk persepsi yang positif terhadap perusahaan dan pelayanan yang bermutu dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Maka dari itu J&T Express mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Agar mampu mencapai tingkat kepuasan maka diperlukan pemahaman yang tinggi tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pemberian kualitas pelayanan oleh J&T Express kepada pelanggannya hendaknya terjalin dalam jangka panjang. Karena dengan demikian akan menciptakan kepuasaan pelanggan. Sehingga mampu meminimalkan keadaan saat dimana pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan.

2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penilaian konsumen atas kualitas pelayanan akan membentuk pola loyalitas konsumen tertentu (*consumer loyalty pattern*), yaitu dari sangat loyal sampai dengan sangat tidak loyal (Kotler, 2007:262). Kualitas pelayanan 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, 2007:261). 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.

Berdasarkan pendapat tersebut, kualitas pelayanan yang diberikan J&T Express dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas pelayanan yang diberikan J&T Express sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama dan mempertahankan kelangsungan usaha perusahaan.

2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hubungan antara kepuasan dengan loyalitas adalah saat dimana pelanggan merasakan kepuasan pada titik tertinggi yang melibatkan emosional dan sikap, bukan sekedar perilaku. Menurut Zeithaml *et al.* (dalam Tjiptono 2005:45) loyalitas

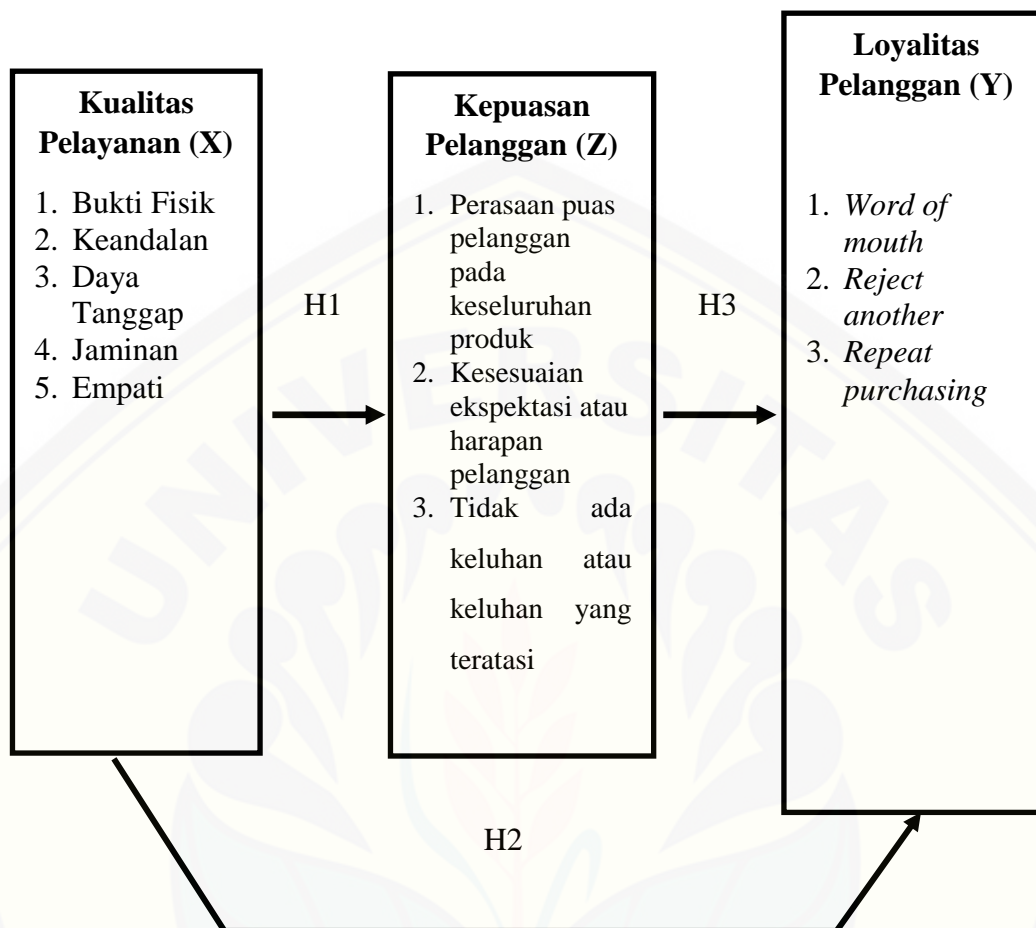
pelanggan secara alami akan meningkat seiring dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Selain itu, Gustafsson et.al (2005) serta Lin dan Wang (2006) dalam Wu et al. (2012) juga menjelaskan adanya hubungan linear yang positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti adanya peningkatan kepuasan pelanggan akan diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan inti yang diupayakan pemasar. Hal ini dikarenakan dengan adanya loyalitas pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, dapat dipastikan perusahaan akan meraih keuntungan. Dampak lainnya adalah perusahaan mampu mempertahankan bisnisnya (eksistensi). Tingkat kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan dapat dilihat dari perilaku pelanggan selanjutnya. Jika pelanggan yang mengkonsumsi produk merasa puas, maka dia akan menunjukkan perilaku untuk membeli kembali produk yang sama, dan cenderung akan memberikan referensinya terhadap produk tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dinyatakan loyalitas pelanggan erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, semakin terpuaskan konsumen J&T Express terhadap keinginannya, atau terpuaskan antara harapan dengan kenyataannya, akan menyebabkan konsumen kembali lagi menggunakan jasa pengiriman J&T Express dan menjadi konsumen yang loyal terhadap J&T Express. Kepuasan pelanggan merupakan konsep inti dari loyalitas pelanggan, dimana tanpa kepuasan tidak akan terdapat loyalitas, sehingga kepuasan merupakan faktor pembentuk loyalitas pelanggan.

2.8 Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berfikir dan perumusan hipotesis merupakan hal penting dalam penelitian khususnya penelitian kuantitatif. Berdasarkan konsep teori tersebut maka kerangka berpikir penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian

Kerangka berfikir di atas menjelaskan kualitas layanan yang memiliki lima indikator berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (H1), kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (H2), dan Kepuasan pelanggan yang memiliki tiga indikator berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang memiliki tiga indikator (H3). Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan pernyataan sesuai indikator-indikator yang ada pada setiap variabel.

2.9 Hipotesis Penelitian

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.

H2: diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.

H3: diduga ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.



BAB 3. METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti. Adapun metode penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini meliputi rancangan penelitian, lokasi penelitian, penentuan subjek penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis statistik. Hasil dari analisis disajikan dalam bentuk angka-angka kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian. Penelitian ini menggunakan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti fisik (X1.1), keandalan (X1.2), daya tanggap (X1.3), jaminan (X1.4), empati (X1.5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang. Penentuan tempat penelitian yaitu menggunakan metode *purposive area*, sedangkan untuk menentukan sampel penelitian menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, wawancara, observasi dan dokumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial (regresi sederhana, uji F).

3.2 Metode Penentuan Tempat Penelitian

Penentuan tempat dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area* yaitu penentuan lokasi penelitian berdasarkan kesenjangan dan pertimbangan sesuai tujuan dalam penelitian. Pemilihan J&T Express didasari oleh adanya perkembangan perusahaan dalam hal pertumbuhan pengiriman yang dinilai sangat tinggi mencapai 28%. Letak lokasi ditentukan atas pertimbangan adanya kerjasama yang baik antara pihak J&T Express dan peneliti, dalam hal ini karena kesediaan perusahaan untuk mendukung didalam pelaksanaan penelitian dan kemudahan peneliti dalam

memperoleh data. Sehingga penelitian ini dilakukan di J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang.

3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2017:61) menyatakan “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang tercatat menggunakan jasa lebih dari 2 kali pada periode April hingga Juni pada pengiriman J&T Express Cabang Lumajang Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang.

3.3.2 Sampel Penelitian

Peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi (sensus) atau meneliti sebagian dari elemen-elemen populasi atau penelitian sampel (Indrianto dan Supomo, 2002:115). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sensus atau sampling total. Sensus atau sampling total adalah teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan semua. Penelitian yang dilakukan pada populasi di bawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus (Sugiyono, 2018:146). Berdasarkan penelitian ini, karena jumlah popolasinya tidak lebih besar dari 100 responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada JNT Lumajang yaitu sebanyak 61 orang responden tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang di harapkan dengan layanan yang diterima pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai suatu tolak ukur untuk memberikan kepuasan yang di harapkan oleh para pelanggan terutama dalam jasa pengiriman di J&T Express Cabang Lumajang Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 indikator dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik

Bukti fisik dalam penelitian ini merupakan tingkat kelengkapan sarana dan prasarana serta penampilan karyawan J&T Exprees Cabang Lumajang dalam melayani pelanggan yang meliputi ruang tunggu yang bersih dan nyaman, kondisi mobil pengiriman, tersedianya nomor antrian, dan fasilitas pengepakan. Aspek nyata atau tampilan wujud perusahaan meliputi :

- a. Kondisi ruangan yang rapi, bersih dan nyaman
- b. Kondisi mobil angkut pengiriman barang
- c. Tersedianya nomor duduk dan nomor antrian
- d. Tersedianya fasilitas pengepakan yang memadai

2. Keandalan

Keandalan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan J&T Exprees Cabang Lumajang dalam melayani pelanggan yang meliputi, kinerja sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Aspek keandalan dari perusahaan J&T Exprees Cabang Lumajang meliputi :

- a. Ketepatan waktu dalam melakukan pengiriman barang
- b. Ketepatan tempat tujuan pengiriman barang
- c. Ketepatan penjemputan barang yang akan dikirim

3. Daya tanggap

Daya tanggap yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kemampuan para karyawan di J&T Exprees Cabang Lumajang dalam menanggapi keinginan pelanggan yang meliputi, memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Aspek daya tanggap dari perusahaan J&T Exprees Cabang Lumajang meliputi :

- a. Kesigapan membantu pelanggan dalam melakukan transaksi penggunaan jasa
- b. Kemampuan dalam merespon pertanyaan atau keluhan pelanggan

4. Jaminan

Jaminan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dapat dipercaya oleh pelanggan di J&T yang meliputi, pihak J&T Exprees Cabang Lumajang mampu menjamin barang yang akan dikirim aman sampai hingga ke penerima, serta pelayanan yang mampu memuaskan pelanggan. Aspek jaminan dari perusahaan J&T Exprees Cabang Lumajang meliputi :

- a. Memberikan keamanan untuk barang yang akan dikirim
- b. Memberikan jaminan atas kerusakan dan kehilangan barang yang di sebabkan kelalaian perusahaan

5. Empati

Empati yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan karyawan mampu berkomunikasi dengan pelanggan di J&T Exprees Cabang Lumajang yang meliputi, memahami kebutuhan pelanggan, memperhatikan keluhan pelanggan. Aspek empati dari perusahaan J&T Exprees Cabang Lumajang meliputi :

- a. Kemampuan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dalam memahami keinginan pelanggan
- b. Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan sikap sabar, ramah dan penuh perhatian.

3.4.2 Kepuasan Pelanggan (Z)

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini merupakan rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan jasa pengiriman di J&T Express Cabang Lumajang. Indikator dari kepuasan pelanggan yaitu:

Menurut Satriyo dan Anik (2016), kepuasan konsumen dapat diukur melalui.

1. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk jasa J&T Express.
2. Kesesuaian ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap J&T Express.
3. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi oleh J&T Express.

3.4.3 Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini merupakan sikap pelanggan yang menyenangi jasa pengiriman di J&T Express Cabang Lumajang yang dipresentasikan dalam penggunaan jasa pengiriman yang konsisten terhadap J&T Express Cabang Lumajang sepanjang waktu. Indikator dari loyalitas pelanggan yaitu:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur terhadap jasa J&T Express.
2. *Refers others* yaitu mereferensikan J&T Express kepada orang.
3. *Demonstrates in immunity to the pull of the competition*, yaitu menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh produk pesaing.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dapat dinyatakan dengan angka-angka, data kuantitatif dari penelitian ini berupa jawaban kuesioner. Sumber data penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data utama yang digunakan sebagai acuan analisis dalam penelitian. Data ini peneliti peroleh melalui pengisian kuisisioner yang dibagikan oleh peneliti kepada pelanggan J&T Express. Kuisisioner dipergunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Data Sekunder

Sumber data yang digunakan berupa data dan informasi pendukung penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan J&T Express.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden yaitu pelanggan J&T Express di tempat.
2. Informan dalam penelitian ini yaitu SPV dan bagian informasi pada J&T Express Cabang Lumajang.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan seperangkat daftar pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden untuk dijawab. Untuk menjawab item pertanyaan responden tinggal membubuhkan tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang sesuai. Kuisisioner ini digunakan untuk memperoleh data primer dari seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Wawancara

Metode ini sebagai pelengkap dalam pengumpulan data primer. Selain itu, metode ini juga digunakan untuk mendapatkan keterangan lebih jelas atau mendukung jawaban yang disampaikan melalui kuisisioner. Teknik wawancara yang dilakukan peneliti menggunakan teknik wawancara secara langsung kepada

pihak J&T Express Cabang Lumajang untuk mendapatkan informasi dan mendukung data utama yang diperoleh dari jawaban responden melalui angket. Hasil yang ingin diperoleh dari wawancara ini adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Observasi

Metode observasi dipergunakan sebagai salah satu piranti dalam pengumpulan data berdasarkan pengamatan secara langsung pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Lumajang Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7. Observasi digunakan untuk mengamati keadaan J&T secara langsung Lumajang.

3.7 Metode Pengolahan Data

Setelah pengumpulan data, dilakukan pengolahan data sehingga data siap untuk dianalisis. Metode pengolahan data dalam penelitian yaitu editing, skoring, dan tabulasi.

3.7.1 Editing

Editing merupakan langkah awal untuk mengecek kelengkapan data dan identitas responden sehingga data yang diperoleh tidak menimbulkan keraguan-raguan. Hal-hal yang akan diproses dalam editing meliputi: kelengkapan dalam pengisian, kejelasan makna jawaban, konsisten jawaban, relevansi jawaban dan keseragaman suatu jawaban.

Untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan dalam penelitian ini, peneliti mengecek kembali apakah kuesioner sudah diisi dan dikembalikan kepada peneliti apabila kuesioner sudah diisi semua.

3.7.2 Skoring

Skoring digunakan untuk membedakan penilaian terhadap data yang didapatkan, dari hasil pengisian kuisisioner tertutup oleh responden. Tipe pengukuran yang digunakan adalah pengukuran bertingkat dengan Skala Likert. Rentang skala yang digunakan untuk mengukur derajat setuju atau tidak setuju untuk setiap

indikator variabel dalam penelitian ini adalah 1 (satu) sampai 5 (lima) dengan pembagian nilai sebagai berikut:

- | | | |
|----|--|------------------------------|
| 1. | yang menjawab sangat setuju (SS) | Untuk responden nilai skor 5 |
| 2. | yang menjawab setuju (S) | Untuk responden nilai skor 4 |
| 3. | yang menjawab Ragu-ragu(R) | Untuk responden nilai skor 3 |
| 4. | yang menjawab Kurang setuju (KS) | Untuk responden nilai skor 2 |
| 5. | yang menjawab sangat kurang setuju (SKS) | Untuk responden nilai skor 1 |

3.7.3 Tabulasi

Setelah koding, maka langkah yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya adalah melakukan tahap tabulasi. Pada saat tabulasi ini, penulis akan memasukkan data yang telah diperoleh pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka, serta menghitungnya, sehingga akan dapat diketahui berapa nilai total tiap responden dari tiap indikator.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran dari penyebaran kuesioner. Teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi Bivariate Pearson (*Produk Momen Pearson*).

Untuk menghitungnya uji validitas dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum X^2 - \sum X^2} \sqrt{n \sum Y^2 - \sum Y^2}}$$

(Arikunto, 2006:170)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir soal

$\sum Y$ = Jumlah skor total soal

$\sum X^2$ = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$ = Jumlah skor total kuadrat butir soal

Kriteria Pengujian :

- a. Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} pada derajat bebas n-k dengan taraf signifikan 5%. Maka dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} pada derajat bebas n-k dengan taraf signifikan 5%. Maka dinyatakan tidak valid.

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya dalam mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*).

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Santoso, 2002:212).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov* sehingga dapat diketahui apakah variabel independen pada model empiris yang diuji mengikuti distribusi normal. Uji normalitas model dapat dilakukan dengan melihat besaran *Kolmogorof-Smirnov* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Angka signifikan (sig) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikan (sig) $< 0,05$ maka data distribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Santoso, 2002:203). Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Santoso, 2002:206):

a. Besaran *VIF* (*variance inflation factor*) dan tolerance

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

- 1) Mempunyai nilai *VIF* di sekitar angka 1
- 2) Mempunyai angka *tolerance* mendekati 1

b. Besaran korelasi antar variabel independen

Pedoman model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (dibawah 0,5) jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinieritas.

3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan

yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun deteksi adanya heteroskedastisitas menurut Santoso (2002:210) adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah *understandardized*. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

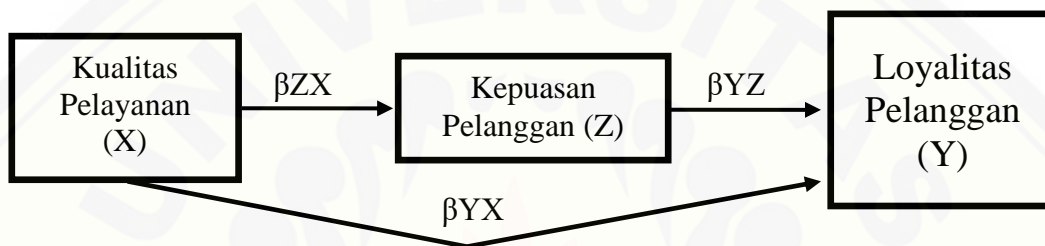
Analisis jalur merupakan bagian dari analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel dimana variabel-variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui satu atau lebih perantara (Sarwono, 2006:147).

Menurut Sarwono (2006:150), analisis jalur sebaiknya digunakan untuk kondisi yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Semua variabel berskala interval,
2. Pola hubungan antar variabel bersifat linear,
3. Variabel-variabel residualnya tidak bersifat berkorelasi dengan variabel sebelumnya dan tidak berkorelasi satu dengan yang lainnya,
4. Model hanya bersifat searah.

Untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel dan menguji hipotesis dalam penelitian ini secara sistematis, maka alat analisis yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan software SPSS. Analisis jalur

dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Lumajang Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7Lumajang. Dengan *path analysis* akan dilakukan estimasi pengaruh kausal antar variabel dan kedudukan masing-masing variabel dalam jalur baik secara langsung maupun tidak langsung. Signifikansi model tampak berdasarkan koefisien beta (β) yang signifikan terhadap jalur. Berikut ini adalah diagram jalur maupun koefisien jalur.



Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Keterangan :

βZX = koefisien jalur pengaruh langsung X terhadap Z

βYX = koefisien jalur pengaruh langsung X terhadap Y

βYZ = koefisien jalur pengaruh langsung Z terhadap Y

Model jalur yang digunakan dalam penelitian ini dapat diuraikan dalam persamaan struktural berikut:

$$Z = \beta ZX + \varepsilon_1 \dots \dots \dots \text{(Persamaan 1)}$$

$$Y = \beta YX + \beta YZ + \varepsilon_2 \dots \dots \dots \text{(Persamaan 2)}$$

Dimana:

X : Kualitas Pelayanan

Z : Kepuasan Pelanggan

Y : Loyalitas Pelanggan

3.9.4 Uji Signifikansi

Uji signifikansi digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh antar variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individu. Adapun tahapan uji signifikansi adalah sebagai berikut (Supranto, 2002:252):

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta = 0$ (berarti variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel independen)

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (berarti variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel independen)

2. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah $\alpha = 5\%$ atau confidence interval sebesar 95%.

3. Membandingkan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5\%$

Untuk menentukan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak dibuat ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.
- b. Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

3.9.5 Model *Trimming* (*Trimming Theory*)

Trimming theory adalah model yang digunakan untuk memperbaiki suatu model struktur analisis jalur dengan cara mengeluarkan dari model variabel eksogen yang koefisien jalurnya tidak signifikan. Menurut Ridwan (2008:129), langkah-langkah pengujian analisis menggunakan model *trimming theory*, yaitu.

- a. Merumuskan persamaan struktural
- b. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi
 - 1) Membuat gambar diagram jalur lengkap
 - 2) Menghitung koefisien regresi untuk setiap sub struktur yang telah dirumuskan.
- c. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)
- d. Menghitung secara individual
- e. Menghitung kesesuaian antar model analisis jalur
- f. Merangkum ke dalam tabel
- g. Memaknai dan menyimpulkan

3.9.6 Perhitungan Jalur

Apabila semua jalur sudah signifikan maka dapat dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Proses perhitungannya adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung pengaruh langsung (*Direct Effect* atau DE)
 - 1) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
 $DE_{zx_1} : X_1 \rightarrow Z$
 - 2) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
 $DE_{yx_1} : X_1 \rightarrow Y$
 - 3) Pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
 $DE_{zy} : Z \rightarrow Y$

b. Menghitung pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect* atau IE)

1) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan

$$IE_{y_zx_1} : X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$



diberikan oleh penyedia jasa yaitu pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang. Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan melalui sikap pelanggan pada saat menggunakan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang. Hal tersebut dikuatkan dari Lupiyoadi(2013:192) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan inti yang diupayakan pemasar. Hal ini dikarenakan dengan adanya loyalitas pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, dapat dipastikan perusahaan akan meraih keuntungan. Dampak lainnya adalah perusahaan mampu mempertahankan bisnisnya (eksistensi). Tingkat kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan dapat dilihat dari perilaku pelanggan selanjutnya. Jika pelanggan yang mengkonsumsi produk merasa puas, maka dia akan menunjukkan perilaku untuk membeli kembali produk yang sama, dan cenderung akan memberikan referensinya terhadap produk tersebut kepada orang lain.

Salah satu cara untuk mencapai loyalitas pelanggan, yaitu dengan mengelola dengan baik kualitas pelayanan J&T Lumajang sehingga mencapai kepuasan pelanggan tersebut. Pelanggan yang telah puas dengan pelayanannya akan kembali menggunakan jasa dari J&T tanpa tertarik dengan ekspedisi lainnya, dan dengan seringnya transaksi tersebut akan menimbulkan loyalitas pelanggan dari J&T Lumajang.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang. Hal ini dibuktikan

dari nilai t hitung lebih besar dengan tingkat signifikansi, karena signifikansi lebih kecil, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif. Sedangkan untuk besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar 54,6%, sedangkan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dengan tingkat signifikansi, karena signifikansi lebih kecil dan koefisien regresi mempunyai nilai yang positif. Sedangkan untuk besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar sebesar 52,1%, sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dengan tingkat signifikansi, karena signifikansi lebih kecil dan koefisien regresi mempunyai nilai yang positif. Sedangkan untuk besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar 52,1%, sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
4. Hasil uji pengaruh tidak langsung didapatkan bahwa nilai beta pada pengaruh langsung (kualitas layanan terhadap loyalitas planggan) lebih kecil dari variabel kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas (Y) melalui kepuasan(Z), dengan nilai 0,310 untuk pengaruh langsung dan 0,351 untuk pengaruh tidak langsung, maka dari itu hasil menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) memiliki pengaruh signifikan.

5.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dari penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak J&T Express Cabang Lumajang, sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan terutama jaminan rasa aman dalam melakukan pengiriman barang.
2. Bagi pelanggan, hendaknya terus menjadi pelanggan pada J&T Express Cabang Lumajang, berkenan memberikan masukan pada pihak J&T Express Cabang Lumajang, serta berkenan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
3. Bagi peneliti lain, diharapkan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini untuk mengambil variabel lain yang tidak turut diteliti dalam penelitian ini, supaya dapat menciptakan penelitian-penelitian yang lebih baik dan nantinya sebagai tambahan referensi penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adam,H. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Alma, B.2000. *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Cetakan ke 4. Bandung:Alfabeta.
- Arikunto, S.2006. *Prosedur Penelitian*.Cetakan ke 12. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gurajati,Damodar. 2006. *Dasar Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, S. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip.2007.*Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 12.Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi,R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (berbasis kompetensi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti,F. 2012. *Measuring Costumer Satisfaction*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Santoso, Singgih. 2002. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. Alex MediaKomputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2002. *Metode Peramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Suyono, R. P. 2003. *Shipping Pengangkutan Intermodal Ekspor Impor Melalui Laut, Edisi ke-3*. Jakarta: PPM.
- Tjiptono, F. 2005. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2008. *Service Managemen*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widiyanto, Agus. 2013. *Statistika Terapan*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Yarnest. 2003. *Buku Panduan Aplikasi Komputerisasi Statistik. SPSS 12.0 for Windows*. Malang: Universitas Merdeka
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Yunarto, H. I. 2006. *Business Concepts Implementation Series in Sales and Distribution Management*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Skripsi

- Kartikasari, P. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Herona Ekspres Kantor perwakilan Jember. Skripsi*. Jember. Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan Universitas Jember.
- Nengtyas, D. W. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Cabang Malang. Skripsi*. Jember. Fakultas Keguruan dan ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Jurnal

- Mitra, S and Steven M. L. 2014. Discrete Choice Model For Air-Cargo Mode Selection. *The International Journal of Logistics Management* 25:3, 656-672.

HASIL WAWANCARA KEPADA SPV J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG

Hari/Tanggal :Rabu, 12 Januari 2018

Tempat : Kantor J&T

1. Identitas Informan

Nama :

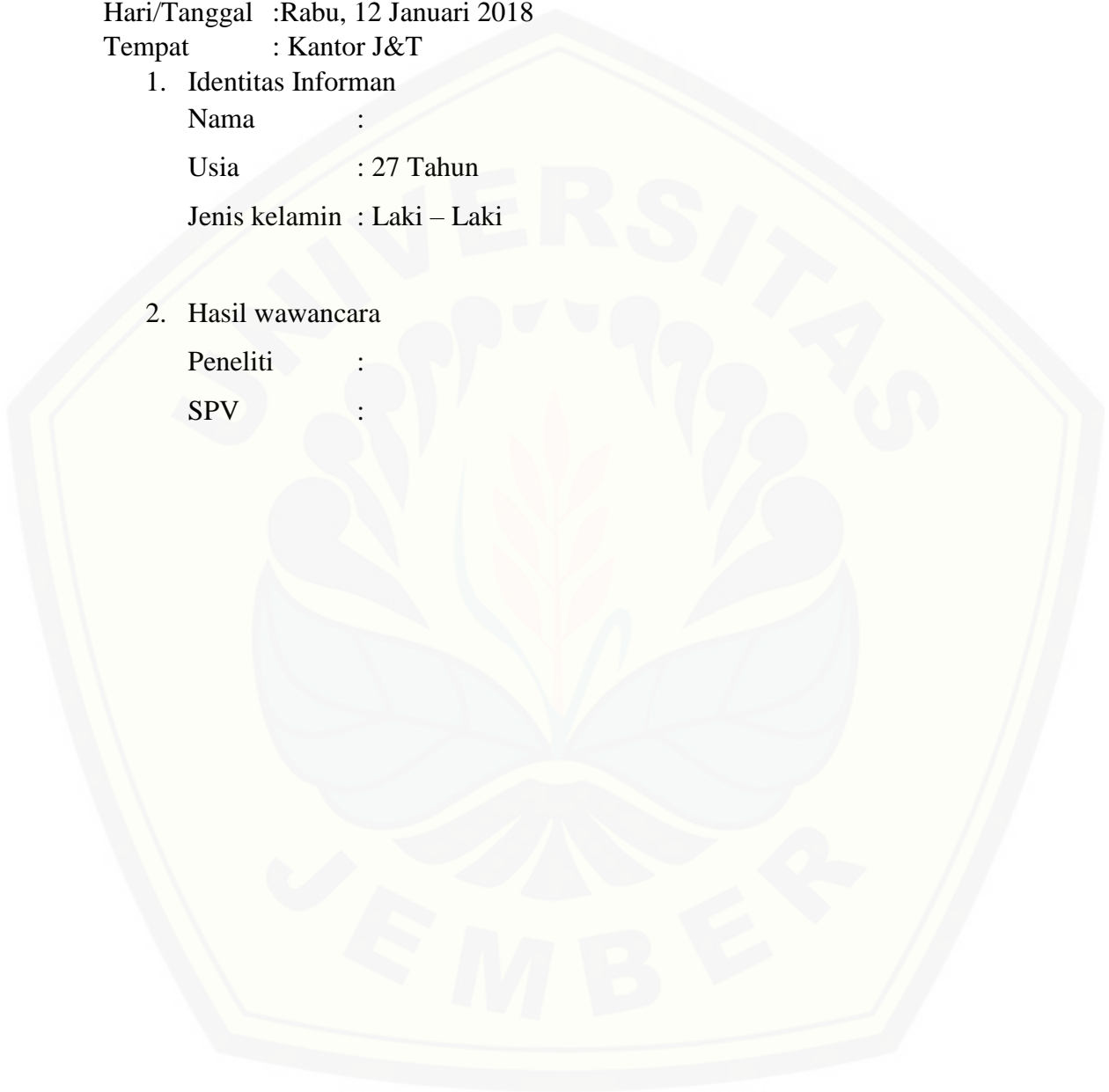
Usia : 27 Tahun

Jenis kelamin : Laki – Laki

2. Hasil wawancara

Peneliti :

SPV :





HASIL WAWANCARA KEPADA INFORMAN 1

Hari/Tanggal :Rabu, 12 Januari 2018

Tempat : Kantor J&T

1. Identitas Informan

Nama : Nurul Mahmudah

Usia : 24 Tahun

Jenis kelamin : Perempuan

2. Hasil Wawancara

Peneliti :Apakah alasan Bapak/Ibu/Saudara memilih menggunakan jasa pengiriman di J&T cabang Lumajang ?

Informan : Saya memilih J&T ini menurut saya pengiriman cepat dan aman mbak

Peneliti :Apakah pelayanan pengiriman yang Bapak/Ibu/Saudara rasakan sudah sesuai dengan biaya yang anda keluarkan?

Informan : Kalau pelayanannya sudah baik mbak, sesuaiilah dengan biaya pengiriman karayawannya juga cepat tanggan dan ramah.

Peneliti :Bagaimana menurut anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak J&T cabang Lumajang selama anda menggunakan jasa pengirimannya ?

Informan :selama saya menggunakan pelayanan di J&T ini saya selalu mendapatkan respon yang baik, dalam melayani pelanggan karyawan selalu sopan dan selalu memeriksa barang yang akan dikirim agar tidak terjadi kerusakan pada barang, dan mengecek detail setiap barang yang dikirim.

Peneliti :Bagaimana penilaian anda, mengenai kondisi fisik di J&T cabang Lumajang?

Informan :Kalau untuk tempat menurut saya masih kurang luas mbak, karena masih terlalu sempit, sedangkan pelanggan selalu banyak sehingga ada yang masih berdiri tidak ada tempat duduk, kalau untuk kendaraan dan peralatan sudah baik mbak.

Peneliti :Bagaimana penilaian anda, mengenai kehandalan pegawai J&T cabang Lumajang?

Informan :menurut saya dalam hal pegawai untuk pengiriman selalu sesuai dengan estimasi dan tepat waktu, tidak pernah terjadi kesalahan pada

alamat pengirim, untuk penjemputan paket saya tidak pernah mbak saya langsung datang sendiri.

Peneliti :bagaimana penilaian anda, mengenai daya tanggap pegawai di J&T cabang Lumajang ?

Informan :pegawainya itu ramah mbak sabar, kalau untuk respon selalu tanggap misalnya seperti jika ada barang yang mungkin kurang baik dalam mengemas langsung diberi tahu, kalau untuk pertanyaan pegawai selalu merespon dg baik.

Peneliti :bagaimana penilaian anda, mengenai jaminan yg diberikan oleh pihak J&T cabang Lumajang ?

Informan :jaminan kalau untuk barang hilang atau rusak itu saya tidak pernah mengalami mbak, soalnya sebelum barang itu dikirim selalu diperiksa agar aman dan barang tetap bagus.

Peneliti :bagaimana penilaian anda, mengenai empati yg diberikan pegawai J&T cabang Lumajang ?

Informan :pegawainya baik mbak, ramah, dan cepat gitu dalam melayani orang yang mau mengirim barang.

Peneliti :apakah pelayanan yang diberikan sudah memberikan kepuasan tersendiri bagi anda ?

Informan :kalau saya pribadi sudah cukup puas mbak dalam menggunakan J&T ini, tidak pernah terjadi hal yg mungkin merugikan malah selalu baik dalam pelayanannya.

Peneliti :apakah dengan kepuasan yang didapat mampu membuat anda semakin loyal untuk terus menggunakan pelayanan pengiriman dg J&T cabang lumajang ini ?

Informan :tentu mbak, saya selalu menggunakan pengiriman menggunakan J&T sudah banyak orang yang saya rekomendasikan terutama saudara saya yg juga sebagai penjual online, karena menurut saya sudah baik tidak mengecewakan.

HASIL WAWANCARA KEPADA INFORMAN 2

Hari/Tanggal :Rabu, 12 Januari 2018

Tempat : Kantor J&T

1. Identitas Informan

Nama : Siti sa'adah

Usia : 22 Tahun

Jenis kelamin : Perempuan

2. Hasil Wawancara

Peneliti :Apakah alasan Bapak/Ibu/Saudara memilih menggunakan jasa pengiriman di J&T cabang Lumajang ?

Informan : Alasan saya karena saya suka dengan pelayanannya dan pengiriman dengan ketepatan waktunya.

Peneliti :Apakah pelayanan pengiriman yang Bapak/Ibu/Saudara rasakan sudah sesuai dengan biaya yang anda keluarkan?

Informan : Kalau pelayanannya sudah baik, kalau urusan biaya itu menurut saya sepadanlah karena sesuai dengan jarak tempat yang akan dituju mbak.

Peneliti :Bagaimana menurut anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak J&T cabang Lumajang selama anda menggunakan jasa pengirimannya ?

Informan :Untuk pelayanannya selama saya menggunakan J&T ini selalu baik ya, soalnya menurut saya pengirimannya cepat terus karyawan juga sigap gitu mbak setiap ada pelanggan. Karena seatahu saya J&T cabang lumajang ini dalam sistem pelayanannya baik, banyak rekomendasi dari berbagai teman saya.

Peneliti :Bagaimana penilaian anda, mengenai kondisi fisik di J&T cabang Lumajang?

Informan :Kalau untuk tempat saya rasa itu kurang luas, karena masih terbatasnya tempat duduk sedangkan di J&T sendiri selalu banyak yang antri untuk melakukan pengiriman barang tapi kalau untuk kendaraan sudah standart dan bagus mbak.

Peneliti :Bagaimana penilaian anda, mengenai kehandalan pegawai J&T cabang Lumajang?

- Informan :kalau untuk pegawai dalam hal ini sudah tidak diragukan mbak saya pelayanannya baik, pengiriman barang juga tepat waktu dan juga selalu bisa memberikan rasa percaya pada pelanggan.
- Peneliti :bagaimana penilaian anda, mengenai daya tanggap pegawai di J&T cabang Lumajang ?
- Informan :pegawainya itu ramah, kalau untuk respon selalu tanggap, untuk pertanyaan pegawai selalu merespon dg baik.
- Peneliti :bagaimana penilaian anda, mengenai jaminan yg diberikan oleh pihak J&T cabang Lumajang ?
- Informan :jaminan kalau untuk barang hilang atau rusak itu saya tidak pernah mengalami mbak, soalnya sebelum barang itu dikirim selalu diperiksa agar aman dan barang tetap bagus.
- Peneliti :bagaimana penilaian anda, mengenai empati yg diberikan pegawai J&T cabang Lumajang ?
- Informan :pegawainya baik, ramah, sopan, dan gesit gitu mbak dalam melayani orang yang mau mengirim barang.
- Peneliti :apakah pelayanan yang diberikan sudah memberikan kepuasan tersendiri bagi anda ?
- Informan :Untuk kepuasan saya sendiri sudah puas mbak, belum pernah kecewa sama pengiriman dengan J&T ini pembeli saya juga selalu mendapatkan barangnya dengan keadaan yang baik intinya saya senang menggunakan J&T ini.
- Peneliti :apakah dengan kepuasan yang didapat mampu membuat anda semakin loyal untuk terus menggunakan pelayanan pengiriman dg J&T cabang lumajang ini ?
- Informan :kalau untuk menggunakannya saya selalu menggunakan pengiriman dengan J&T mbak, karena hal yang saya dapat ini saya konsisten menggunakannya, bahkan juga ikutan memberikan rekomendasi kepada orang lain.



Lampiran A

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	PERMASALAHAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
<p>“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG (Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)”</p>	<p>1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?</p> <p>2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas</p>	<p>1. Variabel bebas (X): Kualitas Pelayanan</p> <p>2. Variabel <i>intervening</i> (Z): Kepuasan Pelanggan</p> <p>3. Variabel terikat (Y): Loyalitas Pelanggan</p>	<p>1. Kualitas Pelayanan (X) a. Bukti fisik b. Kehandalan c. Daya tanggap d. Jaminan e. Empati</p> <p>2. Kepuasan Pelanggan (Z) a. Perasaan puas pelanggan pada</p>	<p>1. Data primer : Pelanggan J&T Express</p> <p>2. Data Sekunder: a. SPV dan pegawai J&T</p>	<p>1. Jenis penelitian : penelitian Kuantitatif</p> <p>2. Metode pengumpulan data : a. angket b. Wawancara c. Observasi d. Studi Kepustakaan</p> <p>3. Uji Instrumen : Uji Validitas</p> $r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - \sum x^2} \sqrt{n \sum y^2 - \sum y^2}}$	<p>H1: diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.</p> <p>H2: diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan</p>

	<p>pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?</p> <p>3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang?</p>		<p>keseluruhan produk jasa J&T Express.</p> <p>b. Kesesuaian ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap J&T Express.</p> <p>c. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi oleh J&T Express.</p>		<p>Uji Reliabilitas</p> $\alpha = \frac{kr}{1 + (k - r)r}$ <p>4. Analisi Data</p> <p>a. Analisis Jalur (path analisis)</p> <p>:</p> $Z = \beta ZX + \varepsilon_1 \dots \dots \dots$ <p>(Persamaan 1)</p> $Y = \beta YX + \beta YZ + \varepsilon_2 \dots \dots \dots$ <p>(Persamaan 2)</p>	<p>terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.</p> <p>H3: diduga ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang.</p>
--	--	--	---	--	--	--

			<p>3. Loyalitas Pelanggan (Y)</p> <p>a. Melakukan pembelian ulang secara teratur terhadap jasa J&T Express.</p> <p>b. <i>Refers others</i> yaitu mereferensikan J&T Express kepada orang.</p> <p>c. <i>Demonstrates immunity to the pull of</i></p>		
--	--	--	---	--	--

			<p><i>the competition, yaitu menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh produk pesaing.</i></p>			
--	--	--	--	--	--	--

Lampiran B

TUNTUNAN PENELITIAN

I. Metode Angket

Data yang ingin diperoleh	Sumber data
Pelayanan dari J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan J&T	Pelanggan J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajayang menggunakan jasa layanan pengiriman barang dengan J&T Express

II. Metode Wawancara

Data yang ingin diperoleh	Sumber data
Berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang	Pelanggan J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajayang menggunakan jasa layanan pengiriman barang dengan J&T Express

III. Metode Observasi

Data yang ingin diperoleh	Sumber data
Kondisi J&T Express Cabang Lumajang khususnya di Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 dan pelayanan karyawan J&T Express terhadap Pelanggan.	Pelanggan J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang yang menggunakan jasa layanan pengiriman barang dengan J&T Express

Lampiran C

Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan No. 37 Kampus Bumi Tegalrejo Jember 68121
Telepon: 0331-331988, 330718 Faks: 0331-334988
Laman: www.fkip.unj.ac.id

Nomor : 5945/N25.L5/LT/2018
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

30 AUG 2018

Yth. Kepala J&T Express
Lumajang

Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk penyusunan Skripsi, mahasiswa FKIP Universitas Jember tersebut di bawah ini:

Nama	: Ilmia Fortuna
NIM	: 140210301034
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Jurusan	: Pendidikan IPS

Bermaksud mengadakan Penelitian tentang "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Lumajang" yang Saudara pimpin.

Selubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenaan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.

Dekan
Wakil Dekan I



Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP 196706251992031003

Lampiran D

Surat Keterangan Selesai Penelitian

 **EKSPEDISI J&T EXPRESS**
CABANG LUMAJANG
Alamat : Jl. Veteran No. R-7, Kepuharjo, Tempokersan
Lumajang

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala SPV J&T Express cabang Lumajang menerangkan bahwa :

Nama	: ILMIA FORTUNA
NIM	: 140210301034
Perguruan Tinggi	: Universitas Jember
Jurusan	: Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Judul Penelitian	: Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express cabang Lumajang (Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)

Telah melaksanakan penelitian di J&T Express Cabang Lumajang Jl. Veteran No. R-7 kepuharjo, Tempokersan, Lumajang, dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk menunjang pencapaian penyusunan tugas akhir (SKRIPSI).

Demikian surat keterangan dapat dipergunakan seperlunya.

Lumajang, 9 Mei 2019


Dony Setyawan

Lampiran E**ANGKET PENELITIAN**

Kepada
Yth. Bapak/ Ibu/ Saudara/i
.....
Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi strata satu pada FKIP Universitas Jember, peneliti bermaksud menyusun karya tulis ilmiah (skripsi) dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN JASAPENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG (Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)”**.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti berharap kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan pendapat dan keadaan yang sebenarnya, agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat.

Akhirnya atas perhatian Bapak/ Ibu/ Saudara/i serta kerjasamanya yang baik, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Saya,

Ilmia Fortuna
NIM. 161210301034

DAFTAR PERTANYAAN

I. Petunjuk Pengisian

Untuk menjawab pertanyaan di bawah ini, saya mohon Bapak/ Ibu/ Saudara/i/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dengan cara sebagai berikut :

1. Tulislah Identitas Bapak/ Ibu/ Saudara/i di tempat yang telah disediakan.
2. Mohon pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dijawab dengan sebenarnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
3. Untuk jawaban berupa pilihan ganda, jawaban cukup dengan memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu

KS : Kurang Setuju

SKS : Sangat Kurang Setuju

4. Apabila ada pertanyaan yang kurang jelas atau tidak di pahami dapat saudara tanyakan kepada peneliti.

II. Identitas Responden

1. Nama :

2. Usia : tahun

3. Jenis Kelamin :Laki-laki Perempuan

III. Daftar pernyataan

1. Kualitas Pelayanan

a. Bukti fisik

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
1.	Suasana ruangan di kantor J&T Cabang Lumajang mampu memberikan respon emosional (rasa nyaman) kepada pelanggan					
2.	Kondisi kendaraan pengangkut barang di J&T dalam keadaan baik dan bagus					
3.	Adanya nomor duduk dan nomor antrian di J&T Cabang Lumajang sangat membantu selama pelayanan					
4.	Fasilitas pengepakan di J&T Cabang Lumajang dinilai memadai dan aman bagi barang yang dikirim					

b. Kehandalan

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
5.	Konsisten ketepatan waktu dalam melakukan pengiriman barang tidak lebih dari hari 2 hari					
6.	ketepatan pengiriman ke alamat tujuan selalu sampai dengan tepat dan tidak pernah terjadi kesalahan pada alamat yang dituju					

7. Kemampuan pelayanan karyawan baik (melayani penjemputan paket ditempat pada pelanggan yang akan melakukan pengiriman)

c. Daya Tanggap

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
8.	Kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan saat melakukan transaksi pengiriman					
9.	Kemampuan merespon pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan tanggan serta memberikan solusinya					

d. Jaminan

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
10.	Karyawan J&T dapat memberikan rasa kepercayaan pada pelanggan (perihal ketepatan pengiriman, keamanan barang, dan kenyamanan)					
11.	Pihak J&T meberikan jaminan klaim maksimal 3 hari jika terjadi kehilangan barang atau barang rusak					

e. Empati

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
12.	Karyawaan J&T Express cabang					

Lumajang mampu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dalam memahami keinginan pelanggan

13. Karyawan J&T Express cabang Lumajang memiliki kemampuan yang baik dalam menghadapi pelanggan dengan sikap sabar, ramah, dan penuh perhatian

2. Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
1.	Saya puas pada keseluruhan produk jasa J&T Express					
2.	J&T Express sesuai dengan harapan saya					
3.	Selama memakai J&T Express tidak ada keluhan yang saya alami					

3. Loyalitas Pelanggan

No.	Pernyataan	SS	S	R	KS	SKS
1.	Saya melakukan pembelian ulang secara teratur terhadap jasa J&T Express					
2.	saya mereferensikan J&T Express					

kepada teman dan saudara saya

3. J&T Express mampu bersaing dengan ekspedisi lain



Lampiran F

HASIL ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X)

KUALITAS PELAYANAN (X1)														
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1
1	5	3	4	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	53
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	62
3	5	5	4	5	3	2	5	5	2	4	3	4	5	52
4	4	5	4	4	5	3	5	5	1	4	4	3	4	51
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	62
6	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	59
7	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	54
8	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	62
9	5	5	4	3	2	5	1	3	2	3	5	5	5	48
10	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	5	5	5	57
11	5	5	4	2	2	3	5	4	4	5	5	5	4	53
12	5	3	3	5	4	3	4	4	3	5	5	5	5	54
13	3	3	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	4	55
14	3	2	2	1	3	3	5	5	4	5	3	4	2	42
15	3	3	1	2	3	5	3	3	3	5	1	2	2	36
16	1	1	1	1	1	3	5	5	3	3	4	2	1	31
17	3	2	3	3	2	2	2	1	2	5	4	5	2	36
18	5	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	59

KUALITAS PELAYANAN (X1)														
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1
19	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	54
20	3	4	3	4	4	5	2	3	4	4	3	4	3	46
21	5	4	5	4	4	2	4	5	3	5	4	5	3	53
22	3	4	4	4	3	3	5	4	5	3	5	5	4	52
23	4	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4	4	54
24	5	3	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	54
25	4	5	3	4	2	4	2	3	4	3	5	4	3	46
26	5	3	4	4	3	3	4	2	2	3	3	5	5	46
27	4	5	3	4	4	3	2	4	2	3	4	5	4	47
28	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	52
29	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	45
30	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	40
31	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	2	5	44
32	4	3	4	5	5	4	4	5	3	5	5	3	1	51
33	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	63
34	3	3	5	5	4	4	5	4	5	3	4	3	3	51
35	4	3	3	5	5	3	1	5	2	5	5	3	5	49
36	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	45
37	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	55
38	5	4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	55
39	4	4	3	4	3	5	4	5	3	4	3	4	3	49

KUALITAS PELAYANAN (X1)														
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1
40	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	3	57
41	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	54
42	4	5	4	3	4	4	5	5	3	3	4	3	3	50
43	4	1	1	3	4	2	5	2	3	4	4	4	3	40
44	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	45
45	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	54
46	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	56
47	4	3	3	5	4	3	4	5	3	4	3	4	5	50
48	4	4	4	4	3	4	4	5	2	4	5	3	4	50
49	5	4	3	4	4	5	3	2	1	4	3	4	5	47
50	4	4	5	4	3	5	2	4	4	3	2	3	4	47
51	5	4	4	2	3	3	4	2	4	3	3	2	2	41
52	4	5	5	5	3	1	4	4	3	5	3	4	4	50
53	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	56
54	4	5	2	4	3	1	4	4	4	5	4	4	5	49
55	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
56	4	3	3	5	4	3	4	5	3	4	2	4	5	49
57	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	56
58	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	58
59	4	3	5	5	4	3	3	4	5	4	4	5	5	54
60	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	53

KUALITAS PELAYANAN (X1)														
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1
61	4	3	5	4	4	3	5	3	4	5	3	2	3	48

HASIL ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (Z) DAN LOYALITAS PELANGGAN (Y)

NO	KEPUASAN PELANGGAN (Z)				LOYALITAS PELANGGAN (Y)			
	Z1	Z2	Z3	Z	Y.1	Y.2	Y.3	Y
1	4	4	3	11	3	5	3	11
2	5	5	5	15	5	4	4	13
3	4	3	5	12	5	4	5	14
4	4	3	2	9	4	4	5	13
5	5	5	5	15	5	5	5	15
6	5	5	5	15	5	5	5	15
7	5	4	5	14	5	5	5	15
8	5	5	5	15	4	5	5	14
9	2	3	5	10	4	3	4	11
10	5	5	4	14	4	5	4	13
11	3	3	4	10	4	4	4	12
12	2	3	4	9	5	4	4	13
13	4	4	4	12	4	4	4	12
14	3	4	2	9	4	5	3	12
15	2	2	4	8	5	2	1	8
16	3	2	1	6	2	1	2	5

NO	KEPUASAN PELANGGAN (Z)				LOYALITAS PELANGGAN (Y)			
	Z1	Z2	Z3	Z	Y.1	Y.2	Y.3	Y
17	5	3	2	10	2	3	3	8
18	5	4	4	13	4	5	4	13
19	5	3	4	12	4	4	4	12
20	2	5	2	9	2	2	1	5
21	3	2	5	10	4	5	5	14
22	4	3	5	12	4	5	5	14
23	5	4	4	13	5	5	5	15
24	4	4	2	10	3	3	4	10
25	5	3	4	12	5	4	5	14
26	2	4	4	10	5	3	4	12
27	3	3	4	10	4	4	4	12
28	4	3	5	12	4	4	4	12
29	3	2	5	10	4	4	3	11
30	2	3	2	7	4	3	3	10
31	3	3	5	11	5	3	3	11
32	5	3	3	11	5	4	4	13
33	5	4	5	14	5	5	5	15
34	3	5	3	11	2	4	3	9
35	5	1	4	10	5	2	3	10
36	5	2	3	10	3	3	3	9

NO	KEPUASAN PELANGGAN (Z)				LOYALITAS PELANGGAN (Y)			
	Z1	Z2	Z3	Z	Y.1	Y.2	Y.3	Y
37	3	5	5	13	4	4	4	12
38	5	4	5	14	4	4	5	13
39	2	5	2	9	4	5	3	12
40	2	3	3	8	3	4	2	9
41	4	5	5	14	4	4	5	13
42	4	4	5	13	4	4	2	10
43	3	3	2	8	1	3	3	7
44	2	3	4	9	3	3	3	9
45	4	5	5	14	5	5	4	14
46	3	5	4	12	4	5	5	14
47	3	4	5	12	4	3	5	12
48	3	5	3	11	3	4	5	12
49	3	3	5	11	3	5	4	12
50	3	4	3	10	3	4	3	10
51	3	3	4	10	2	3	4	9
52	4	5	5	14	5	4	4	13
53	4	3	3	10	5	5	5	15
54	2	5	4	11	3	5	4	12
55	4	5	5	14	3	5	4	12
56	3	4	5	12	4	5	2	11

NO	KEPUASAN PELANGGAN (Z)				LOYALITAS PELANGGAN (Y)			
	Z1	Z2	Z3	Z	Y.1	Y.2	Y.3	Y
57	4	5	4	13	5	4	5	14
58	5	4	4	13	5	4	4	13
59	4	4	5	13	3	4	2	9
60	4	2	5	11	4	3	4	11
61	4	3	3	10	3	4	4	11

LEMBAR WAWANCARA**Daftar Wawancara**

1. Apakah alasan Bapak/Ibu/Saudara memilih menggunakan jasa pengiriman di J&T cabang Lumajang?
2. Apakah pelayanan yang Bapak/Ibu/Saudara rasakan sudah sesuai dengan biaya yang Anda keluarkan?
3. Bagaimanakah menurut anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak J&T cabang lumajang selama anda menggunakan jasa pengirimannya?
4. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara, mengenai kondisi fisik di J&T cabang Luamajang?
5. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara, mengenai kehandalan pegawai J&T cabang Lumajang?
6. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara, mengenai daya tanggap pegawai J&T cabang lumajang?
7. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara, mengenai jaminan yang diberikan oleh pihak J&T cabang Lumajang?
8. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu/Saudara, mengenai empati pegawai J&T cabang Lumajang?
9. Apakah pelayanan yang diberikan sudah memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan?
10. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T cabang Lumajang?

Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

Lampiran G

DAFTAR RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Tingkat Pembelian
1	Laki-Laki	3kali-4kali
2	Laki-Laki	3kali-4kali
3	Laki-Laki	3kali-4kali
4	Laki-Laki	3kali-4kali
5	Laki-Laki	3kali-4kali
6	Laki-Laki	3kali-4kali
7	Laki-Laki	3kali-4kali
8	Laki-Laki	3kali-4kali
9	Laki-Laki	3kali-4kali
10	Laki-Laki	3kali-4kali
11	Laki-Laki	3kali-4kali
12	Laki-Laki	5kali-6kali
13	Laki-Laki	5kali-6kali
14	Laki-Laki	5kali-6kali
15	Laki-Laki	5kali-6kali
16	Laki-Laki	5kali-6kali
17	Laki-Laki	5kali-6kali
18	Laki-Laki	5kali-6kali
19	Laki-Laki	5kali-6kali
20	Laki-Laki	5kali-6kali
21	Laki-Laki	5kali-6kali
22	Laki-Laki	5kali-6kali
23	Laki-Laki	>6 kali
24	Laki-Laki	>6 kali
25	Laki-Laki	>6 kali
26	Laki-Laki	>6 kali
27	Laki-Laki	>6 kali
28	Perempuan	3kali-4kali
29	Perempuan	3kali-4kali
30	Perempuan	3kali-4kali
31	Perempuan	5kali-6kali
32	Perempuan	5kali-6kali
33	Perempuan	5kali-6kali

No	Jenis Kelamin	Tingkat Pembelian
34	Perempuan	5kali-6kali
35	Perempuan	5kali-6kali
36	Perempuan	5kali-6kali
37	Perempuan	5kali-6kali
38	Perempuan	5kali-6kali
39	Perempuan	5kali-6kali
40	Perempuan	5kali-6kali
41	Perempuan	5kali-6kali
42	Perempuan	5kali-6kali
43	Perempuan	5kali-6kali
44	Perempuan	5kali-6kali
45	Perempuan	5kali-6kali
46	Perempuan	5kali-6kali
47	Perempuan	5kali-6kali
48	Perempuan	>6kali
49	Perempuan	>6kali
50	Perempuan	>6kali
51	Perempuan	>6kali
52	Perempuan	>6kali
53	Perempuan	>6kali
54	Perempuan	>6kali
55	Perempuan	>6 kali
56	Perempuan	>6 kali
57	Perempuan	>6 kali
58	Perempuan	>6 kali
59	Perempuan	>6 kali
60	Perempuan	>6 kali
61	Perempuan	>6 kali

Frequency Table

X.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	3	14	23.0	23.0	24.6
	4	29	47.5	47.5	72.1
	5	17	27.9	27.9	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

X.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	2	2	3.3	3.3	6.6
	3	20	32.8	32.8	39.3
	4	19	31.1	31.1	70.5

5	18	29.5	29.5	100.0
Total	61	100.0	100.0	

X.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	4.9	4.9	4.9
2	2	3.3	3.3	8.2
3	22	36.1	36.1	44.3
4	19	31.1	31.1	75.4
5	15	24.6	24.6	100.0
Total	61	100.0	100.0	

X.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	3.3	3.3	3.3

2	3	4.9	4.9	8.2
3	6	9.8	9.8	18.0
4	30	49.2	49.2	67.2
5	20	32.8	32.8	100.0
Total	61	100.0	100.0	

X.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	4	6.6	6.6	8.2
	3	17	27.9	27.9	36.1
	4	24	39.3	39.3	75.4
	5	15	24.6	24.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

X.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	2	4	6.6	6.6	9.8
	3	20	32.8	32.8	42.6
	4	16	26.2	26.2	68.9
	5	19	31.1	31.1	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

X.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	2	5	8.2	8.2	11.5
	3	6	9.8	9.8	21.3
	4	26	42.6	42.6	63.9
	5	22	36.1	36.1	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

X.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.6	1.6	1.6
2	4	6.6	6.6	8.2
3	12	19.7	19.7	27.9
4	19	31.1	31.1	59.0
5	25	41.0	41.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

X.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	3.3	3.3	3.3
2	7	11.5	11.5	14.8
3	16	26.2	26.2	41.0

	4	22	36.1	36.1	77.0
	5	14	23.0	23.0	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

X.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	26.2	26.2	26.2
	4	19	31.1	31.1	57.4
	5	26	42.6	42.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

X.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	2	3.3	3.3	4.9

3	17	27.9	27.9	32.8
4	21	34.4	34.4	67.2
5	20	32.8	32.8	100.0
Total	61	100.0	100.0	

X.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	9.8	9.8	9.8
	3	8	13.1	13.1	23.0
	4	25	41.0	41.0	63.9
	5	22	36.1	36.1	100.0
Total		61	100.0	100.0	

X.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	2	4	6.6	6.6	9.8
	3	13	21.3	21.3	31.1
	4	21	34.4	34.4	65.6
	5	21	34.4	34.4	100.0
Total		61	100.0	100.0	

Frequencies (KEPUASAN PELANGGAN)

Frequencies

[DataSet2]

Statistics

		Z.1	Z.2	Z.3	Z
N	Valid	61	61	61	61
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.6721	3.6885	3.9508	11.3115
Median		4.0000	4.0000	4.0000	11.0000

Std. Deviation	1.06021	1.04149	1.11693	2.13339
Minimum	2.00	1.00	1.00	6.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	15.00

Frequency Table

Z.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	10	16.4	16.4	16.4
3	17	27.9	27.9	44.3
4	17	27.9	27.9	72.1
5	17	27.9	27.9	100.0
Total	61	100.0	100.0	

Z.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	6	9.8	9.8	11.5
	3	21	34.4	34.4	45.9
	4	16	26.2	26.2	72.1
	5	17	27.9	27.9	100.0
Total		61	100.0	100.0	

Z.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	8	13.1	13.1	14.8
	3	9	14.8	14.8	29.5
	4	18	29.5	29.5	59.0
	5	25	41.0	41.0	100.0
Total		61	100.0	100.0	

z

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	1.6	1.6	1.6
	7	1	1.6	1.6	3.3
	8	3	4.9	4.9	8.2
	9	6	9.8	9.8	18.0
	10	14	23.0	23.0	41.0
	11	8	13.1	13.1	54.1
	12	9	14.8	14.8	68.9
	13	7	11.5	11.5	80.3
	14	8	13.1	13.1	93.4
	15	4	6.6	6.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Frequencies (LOYALITAS PELANGGAN)**Frequencies**

[DataSet2]

		Statistics			
		Y.1	Y.2	Y.3	Y
N	Valid	61	61	61	61
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.9016	3.9836	3.8197	11.7049
Median		4.0000	4.0000	4.0000	12.0000
Std. Deviation		.99507	.93971	1.05685	2.33341
Minimum		1.00	1.00	1.00	5.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	15.00

Frequency Table

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	5	8.2	8.2	9.8
	3	12	19.7	19.7	29.5
	4	24	39.3	39.3	68.9
	5	19	31.1	31.1	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	3	4.9	4.9	6.6
	3	12	19.7	19.7	26.2
	4	25	41.0	41.0	67.2
	5	20	32.8	32.8	100.0

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.6	1.6	1.6
	2	3	4.9	4.9	6.6
	3	12	19.7	19.7	26.2
	4	25	41.0	41.0	67.2
	5	20	32.8	32.8	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	2	5	8.2	8.2	11.5
	3	13	21.3	21.3	32.8
	4	23	37.7	37.7	70.5
	5	18	29.5	29.5	100.0

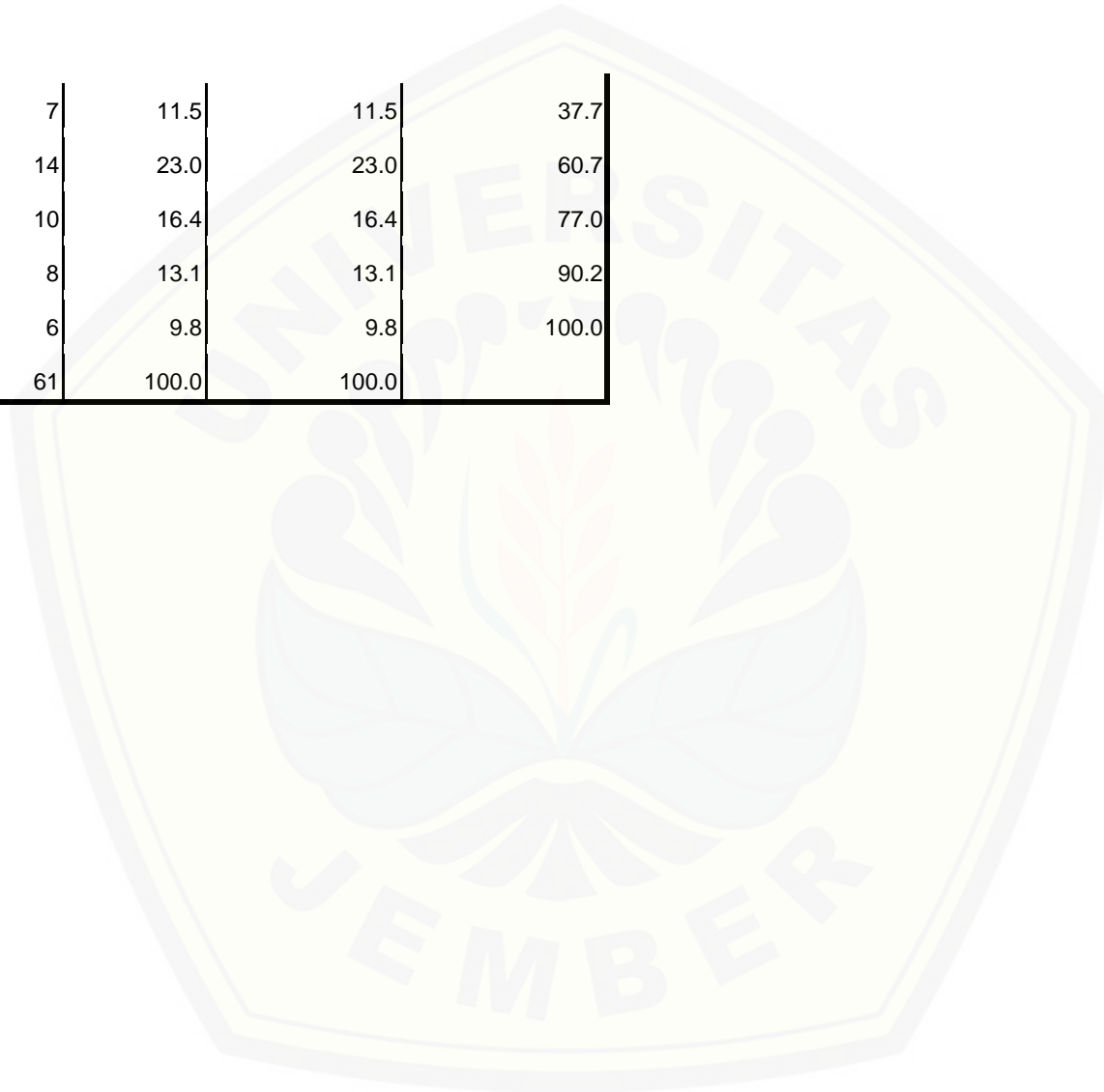
Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.3	3.3	3.3
	2	5	8.2	8.2	11.5
	3	13	21.3	21.3	32.8
	4	23	37.7	37.7	70.5
	5	18	29.5	29.5	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	2	3.3	3.3	3.3
	7	1	1.6	1.6	4.9
	8	2	3.3	3.3	8.2
	9	6	9.8	9.8	18.0
	10	5	8.2	8.2	26.2

11	7	11.5	11.5	37.7
12	14	23.0	23.0	60.7
13	10	16.4	16.4	77.0
14	8	13.1	13.1	90.2
15	6	9.8	9.8	100.0
Total	61	100.0	100.0	



	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.040	.083	.159	.030	.066	.915	.039	.029	.046	.000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.4	Pearson Correlation	.402**	.296*	.474**	1	.552**	.104	.000	.220	.174	.161	.185	.235	.475**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.001	.020	.000		.000	.424	1.000	.089	.180	.214	.154	.068	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.5	Pearson Correlation	.258*	.146	.264*	.552**	1	.290*	.251	.301*	.186	.409**	.132	.174	.293*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.045	.261	.040	.000		.023	.051	.019	.151	.001	.309	.179	.022	.000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.6	Pearson Correlation	.076	.230	.224	.104	.290*	1	.015	.099	.314*	-.105	.197	.155	.066	.420**
	Sig. (2-tailed)	.561	.074	.083	.424	.023		.910	.447	.014	.422	.128	.232	.612	.001
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.7	Pearson Correlation	.019	.031	.183	.000	.251	.015	1	.313*	.313*	.194	.084	.084	-.045	.376**
	Sig. (2-tailed)	.882	.810	.159	1.000	.051	.910		.014	.014	.135	.520	.521	.731	.003
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.8	Pearson Correlation	-.060	.282*	.277*	.220	.301*	.099	.313*	1	.134	.133	.210	.103	.220	.497**
	Sig. (2-tailed)	.644	.028	.030	.089	.019	.447	.014		.302	.305	.104	.431	.089	.000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.9	Pearson Correlation	-.077	.072	.237	.174	.186	.314*	.313*	.134	1	-.008	.158	.127	.027	.422**
	Sig. (2-tailed)	.557	.581	.066	.180	.151	.014	.014	.302		.954	.224	.328	.836	.001

N		61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.10	Pearson Correlation	.149	.019	-.014	.161	.409**	-.105	.194	.133	-.008	1	.078	.079	.096	.299*
	Sig. (2-tailed)	.251	.882	.915	.214	.001	.422	.135	.305	.954		.548	.547	.464	.019
N		61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.11	Pearson Correlation	.173	.230	.265*	.185	.132	.197	.084	.210	.158	.078	1	.430**	.126	.487**
	Sig. (2-tailed)	.184	.075	.039	.154	.309	.128	.520	.104	.224	.548		.001	.332	.000
N		61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.12	Pearson Correlation	.366**	.250	.280*	.235	.174	.155	.084	.103	.127	.079	.430**	1	.484**	.560**
	Sig. (2-tailed)	.004	.052	.029	.068	.179	.232	.521	.431	.328	.547	.001		.000	.000
N		61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.13	Pearson Correlation	.424**	.385**	.256*	.475**	.293*	.066	-.045	.220	.027	.096	.126	.484**	1	.570**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.046	.000	.022	.612	.731	.089	.836	.464	.332	.000		.000
N		61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X	Pearson Correlation	.505**	.588**	.656**	.637**	.631**	.420**	.376**	.497**	.422**	.299*	.487**	.560**	.570**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000	.001	.019	.000	.000	.000	
N		61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61

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

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

UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Z)

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Z.1 Z.2 Z.3 Z
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

Correlations

		Z.1	Z.2	Z.3	Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.087	.239	.665**
	Sig. (2-tailed)		.504	.063	.000
	N	61	61	61	61
Z.2	Pearson Correlation	.087	1	.144	.607**
	Sig. (2-tailed)	.504		.267	.000
	N	61	61	61	61
Z.3	Pearson Correlation	.239	.144	1	.713**

	Sig. (2-tailed)	.063	.267		.000
	N	61	61	61	61
Z	Pearson Correlation	.665**	.607**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	61	61	61	61

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

UJI VALIDITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Correlations

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.301*	.427**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.018	.001	.000
	N	61	61	61	61
Y.2	Pearson Correlation	.301*	1	.500**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000	.000
	N	61	61	61	61
Y.3	Pearson Correlation	.427**	.500**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	61	61	61	61
Y	Pearson Correlation	.741**	.758**	.836**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	61	61	61	61

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

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

UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X)

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	64.2
	Excluded ^a	34	35.8
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	13

UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUASAN (Z)

```
RELIABILITY  
/VARIABLES=Z.1 Z.2 Z.3
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

```
[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav
```

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	64.2
	Excluded ^a	34	35.8
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	3

UJI RELIABILITAS VARIABEL LOYALITAS (Y)

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	61	64.2
	Excluded ^a	34	35.8
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.676	3



Lampiran I

UJI NORMALITAS**KUALITAS LAYANAN (X) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Z)**

```

NPAR TESTS
  /K-S (NORMAL) =RES_1

  /MISSING ANALYSIS.

```

NPar Tests

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42552758
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.058
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.751
Asymp. Sig. (2-tailed)		.626
a. Test distribution is Normal.		

**KUALITAS LAYANAN (X) MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Z)
TERHADAP LOYALITAS**

```

NPAR TESTS
  /K-S (NORMAL) =RES_2

  /MISSING ANALYSIS.

```

NPar Tests

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.58737176
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.046
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.669
Asymp. Sig. (2-tailed)		.763
a. Test distribution is Normal.		

Lampiran J

UJI MULTIKOLINIERITAS**KUALITAS LAYANAN (X) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Z)****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.989	1.450		-.682	.498	
	X	.242	.028	.744	8.552	.000	.801

a. Dependent Variable: Z

KUALITAS LAYANAN (X) MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Z) TERHADAP LOYALITAS**Coefficients^a**

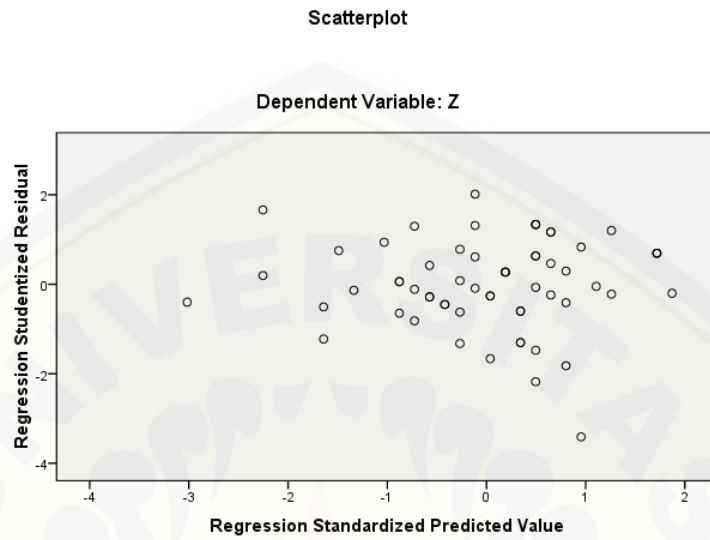
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.672	1.635		-.411	.682		
	Z	.168	.048	.472	3.532	.001	.446	2.240
	X	.339	.146	.310	2.321	.024	.446	2.240

a. Dependent Variable: Y

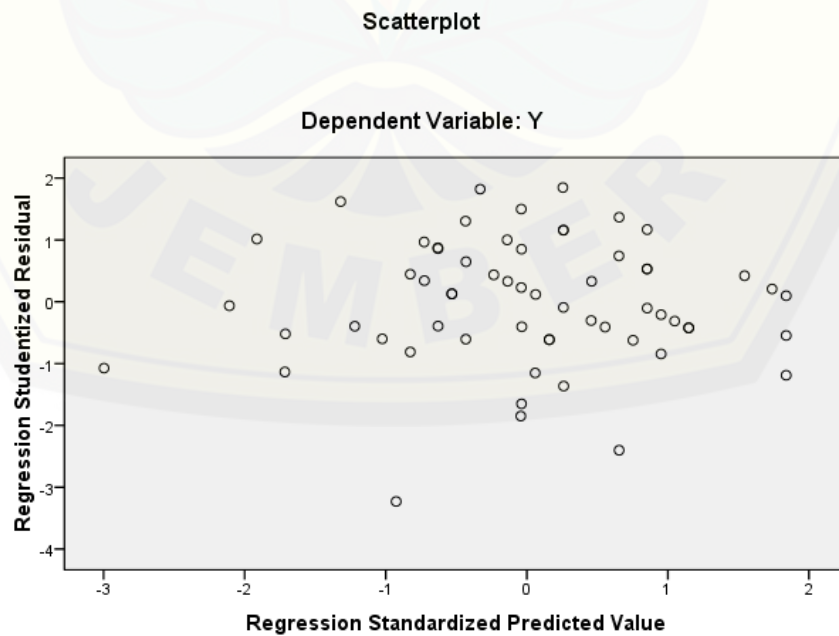
LAMPIRAN.....

UJI HETEROSKEDASTISITAS

KUALITAS LAYANAN (X) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Z)



**KUALITAS PELAYANAN (X) MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Z)
TERHADAP LOYALITAS (Y)**





Lampiran

Lampiran K.

**UJI HIPOTESIS 1
HASIL ANALISIS JALUR X → Z**

Regression

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Z

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.554	.546	1.43756

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Z

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.154	1	151.154	73.143	.000 ^a
	Residual	121.928	59	2.067		
	Total	273.082	60			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Z

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.989	1.450		-.682	.498		
X	.242	.028	.744	8.552	.000	.801	1.989

a. Dependent Variable: Z

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	X
1	1	1.992	1.000	.00	.00
	2	.008	15.692	1.00	1.00

a. Dependent Variable: Z

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.5238	14.2794	11.3115	1.58721	61
Std. Predicted Value	-3.016	1.870	.000	1.000	61

Standard Error of Predicted Value	.184	.589	.247	.082	61
Adjusted Predicted Value	6.6296	14.3020	11.3084	1.58671	61
Residual	-4.82524	2.87129	.00000	1.42553	61
Std. Residual	-3.357	1.997	.000	.992	61
Stud. Residual	-3.411	2.014	.001	1.007	61
Deleted Residual	-4.98246	2.91980	.00307	1.47005	61
Stud. Deleted Residual	-3.774	2.069	-.006	1.037	61
Mahal. Distance	.001	9.099	.984	1.587	61
Cook's Distance	.000	.190	.016	.032	61
Centered Leverage Value	.000	.152	.016	.026	61

a. Dependent Variable: Z



UJI HIPOTESIS 2
HASIL ANALISIS JALUR X → Y

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kualitas Pelayanan	55,1000	7,45172	61
Loyalitas Pelanggan	7,0500	2,03747	61

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan
Pearson Correlation	Kualitas Pelayanan	1,000	,935
	Loyalitas Pelanggan	,935	1,000
Sig. (1-tailed)	Kualitas Pelayanan	.	,000
	Loyalitas Pelanggan	,000	.
N	Kualitas Pelayanan	61	61
	Loyalitas Pelanggan	61	61

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Loyalitas Pelanggan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	,935 ^a	,875	,871	2,67176	,875	265,378	1	38	,000	2,455

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan

b. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1894,345	1	1894,345	265,378	,000 ^b
	Residual	271,255	38	7,138		
	Total	2165,600	39			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	30,985	1,539		20,127	,000						
	Loyalitas Pelanggan	3,421	,210	,935	16,290	,000	,935	,935	,935	1,000	1,000	

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan



Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Loyalitas Pelanggan
1	1	1,962	1,000	,02	,02
	2	,038	7,148	,98	,98

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	41,2464	65,1909	55,1000	6,96943	61
Residual	-7,34960	6,91229	,00000	2,63728	61
Std. Predicted Value	-1,988	1,448	,000	1,000	61
Std. Residual	-2,751	2,587	,000	,987	61

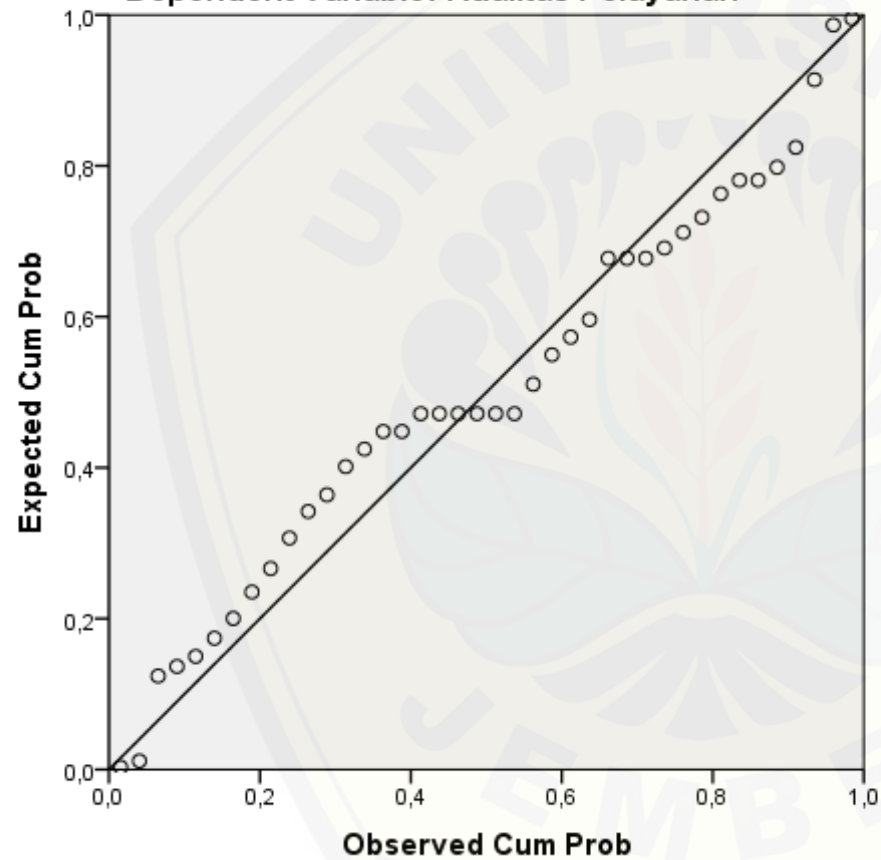
a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

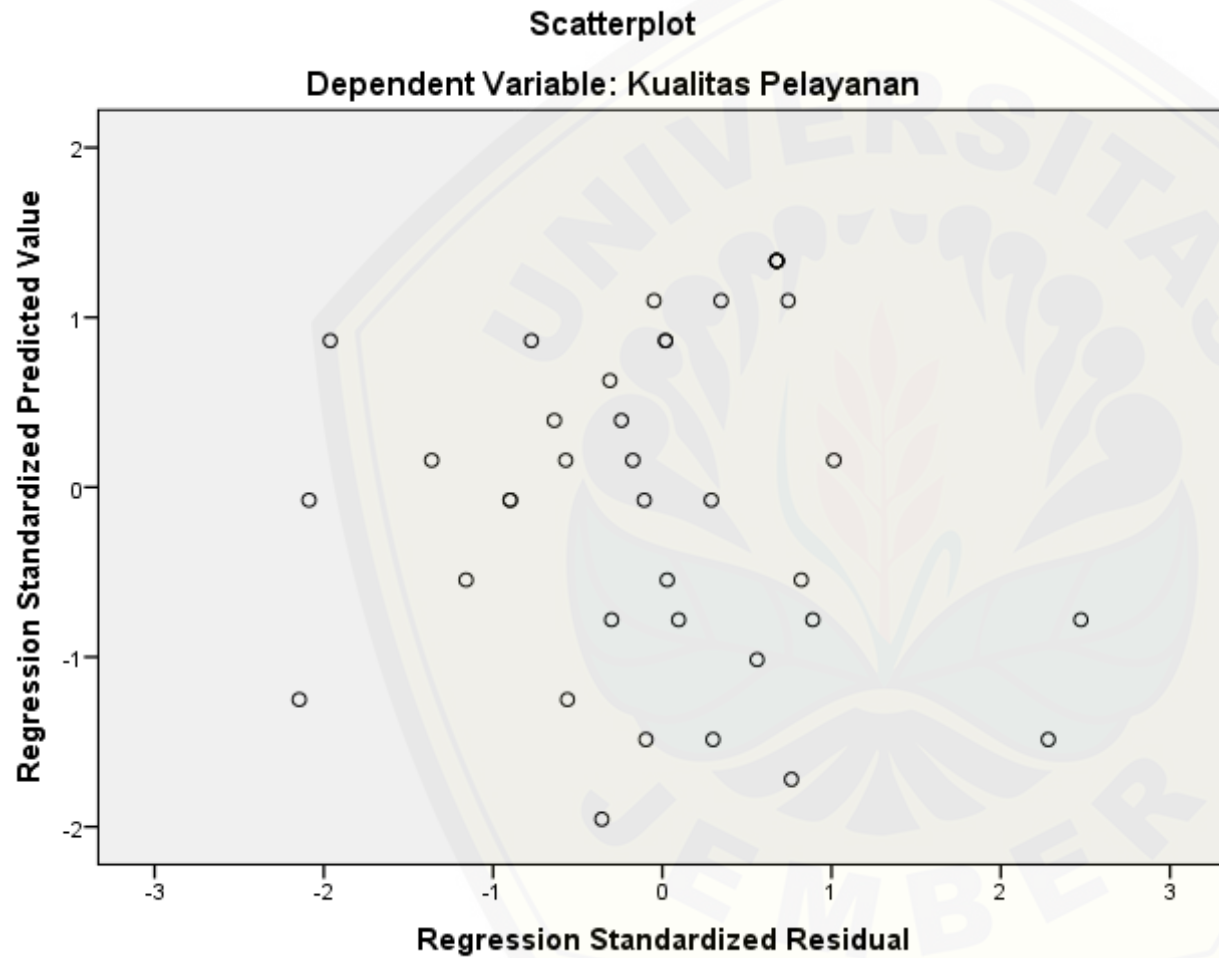
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kualitas Pelayanan





UJI HIPOTESIS 3

HASIL ANALISIS JALUR Z → Y

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X Z
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID)

/SAVE RESID.
```

Regression

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Desktop\Fortuna\DATA.sav

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Z, X ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.537	.521	1.61451

a. Predictors: (Constant), Z, X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175.504	2	87.752	33.665	.000 ^a
	Residual	151.185	58	2.607		
	Total	326.689	60			

a. Predictors: (Constant), Z, X

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.672	1.635		-.411	.682		
	Z	.168	.048	.472	3.532	.001	.446	2.240
	X	.339	.146	.310	2.321	.024	.446	2.240

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X	Z
1	1	2.978	1.000	.00	.00	.00
	2	.017	13.215	.48	.00	.43
	3	.005	24.939	.52	1.00	.57

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.5790	14.8487	11.7049	1.71028	61

Std. Predicted Value	-2.997	1.838	.000	1.000	61
Standard Error of Predicted Value	.209	.762	.340	.114	61
Adjusted Predicted Value	6.9031	14.9946	11.7164	1.70221	61
Residual	-5.12060	2.86110	.00000	1.58737	61
Std. Residual	-3.172	1.772	.000	.983	61
Stud. Residual	-3.231	1.847	-.003	1.012	61
Deleted Residual	-5.31292	3.11239	-.01143	1.68350	61
Stud. Deleted Residual	-3.537	1.888	-.009	1.038	61
Mahal. Distance	.021	12.367	1.967	2.254	61
Cook's Distance	.000	.326	.021	.047	61
Centered Leverage Value	.000	.206	.033	.038	61

a. Dependent Variable: Y

Charts



Lampiran L

TABEL

Nilai-nilai Kritis Koefisien (r) Product Moment

Tabel 3 R tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran D

TABEL
Nilai-nilai Kritis t

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
1	63.66	12.71	6.314	4.165	3.078
2	9.925	4.303	2.92	2.282	1.886
3	5.841	3.182	2.353	1.924	1.638
4	4.604	2.776	2.132	1.778	1.533
5	4.032	2.571	2.105	1.699	1.476
6	3.707	2.447	1.943	1.65	1.44
7	3.499	2.365	1.895	1.617	1.415
8	3.355	2.306	1.86	1.592	1.397
9	3.25	2.262	1.833	1.574	1.383
10	3.169	2.228	1.812	1.559	1.372
11	3.106	2.201	1.796	1.548	1.363
12	3.055	2.179	1.782	1.538	1.356
13	3.012	2.16	1.771	1.53	1.35
14	2.977	2.145	1.761	1.523	1.345
15	2.947	2.131	1.753	1.517	1.341
16	2.921	2.12	1.746	1.512	1.337
17	2.898	2.11	1.74	1.508	1.333
18	2.878	2.101	1.734	1.504	1.33
19	2.861	2.093	1.729	1.5	1.328

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
20	2.845	2.086	1.725	1.497	1.325
21	2.831	2.08	1.721	1.494	1.323
22	2.819	2.074	1.717	1.492	1.321
23	2.807	2.069	1.714	1.489	1.319
24	2.797	2.064	1.711	1.487	1.318
25	2.787	2.06	1.708	1.485	1.316
26	2.779	2.056	1.706	1.483	1.315
27	2.771	2.052	1.703	1.482	1.314
28	2.763	2.048	1.701	1.48	1.313
29	2.756	2.045	1.699	1.479	1.311
30	2.75	2.042	1.697	1.477	1.31
31	2.744	2.04	1.696	1.476	1.309
32	2.738	2.037	1.694	1.475	1.309
33	2.733	2.035	1.692	1.474	1.308
34	2.728	2.032	1.691	1.473	1.307
35	2.724	2.03	1.69	1.472	1.306
36	2.719	2.028	1.688	1.471	1.306
37	2.715	2.026	1.687	1.47	1.305
38	2.712	2.024	1.686	1.469	1.304
39	2.708	2.023	1.685	1.468	1.304
61	2.704	2.021	1.684	1.468	1.303
41	2.701	2.02	1.683	1.467	1.303
42	2.698	2.018	1.682	1.466	1.302


df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
43	2.695	2.017	1.681	1.466	1.302
44	2.692	2.015	1.68	1.465	1.301
45	2.69	2.014	1.679	1.465	1.301
46	2.687	1.013	1.679	1.464	1.3
47	2.685	2.012	1.678	1.463	1.3
48	2.682	2.011	1.677	1.463	1.299
49	2.68	2.01	1.677	1.462	1.299
50	2.678	2.009	1.676	1.462	1.299
51	2.676	2.008	1.675	1.462	1.298
52	2.674	2.007	1.675	1.461	1.298
53	2.672	2.006	1.674	1.461	1.298
54	2.67	2.005	1.674	1.46	1.297
55	2.668	2.004	1.673	1.46	1.297
56	2.667	2.003	1.673	1.46	1.297
57	2.665	2.002	1.672	1.459	1.296
58	2.663	2.002	1.672	1.459	1.296
59	2.662	2.001	1.671	1.459	1.296
60	2.66	2.00	1.671	1.458	1.296
61	2.659	2.00	1.67	1.458	1.296
62	2.657	1.999	1.67	1.458	1.295
63	2.656	1.998	1.669	1.457	1.295
64	2.655	1.998	1.669	1.457	1.295
65	2.654	1.997	1.669	1.457	1.295

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
66	2.652	1.997	1.668	1.456	1.295
67	2.651	1.996	1.668	1.456	1.294
68	2.65	1.995	1.668	1.456	1.294
69	2.649	1.995	1.667	1.456	1.294
70	2.648	1.994	1.667	1.456	1.294
71	2.647	1.994	1.667	1.455	1.294
72	2.646	1.993	1.666	1.455	1.293
73	2.645	1.993	1.666	1.455	1.293
74	2.644	1.993	1.666	1.455	1.293
75	2.643	1.992	1.655	1.454	1.293
76	2.642	1.992	1.665	1.454	1.293
77	2.641	1.991	1.655	1.454	1.293
78	2.64	1.991	1.665	1.454	1.292
79	2.64	1.99	1.664	1.454	1.292
80	2.639	1.99	1.664	1.453	1.292
81	2.638	1.99	1.664	1.453	1.292
82	2.637	1.989	1.664	1.453	1.292
83	2.636	1.989	1.663	1.453	1.292
84	2.636	1.989	1.663	1.453	1.292
85	2.635	1.988	1.663	1.453	1.292
86	2.634	1.988	1.663	1.453	1.291
87	2.634	1.988	1.663	1.452	1.291
88	2.633	1.987	1.662	1.452	1.291

df	Tarf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
89	2.632	1.987	1.662	1.452	1.291
90	2.632	1.987	1.662	1.452	1.291
91	2.631	1.986	1.662	1.452	1.291
92	2.63	1.986	1.662	1.452	1.291
93	2.63	1.986	1.661	1.452	1.291
94	2.629	1.986	1.661	1.451	1.291
95	2.629	1.985	1.661	1.451	1.291
96	2.628	1.985	1.661	1.451	1.29
97	2.627	1.985	1.661	1.451	1.29
98	2.627	1.984	1.661	1.451	1.29
99	2.626	1.984	1.66	1.451	1.29
100	2.626	1.984	1.66	1.451	1.29

Lampiran Gambar 1

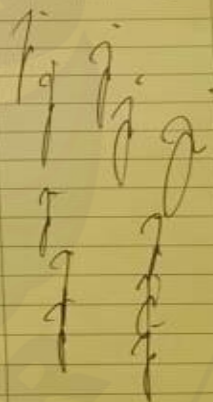
Lembar Konsultasi


KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalmoto Kotak Pos 162
 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : ILMIA FORTUNA
 NIM/ Angkatan : 140210301034/2014
 Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN DI J&T CABANG JEMBER* (Studi kasus pada mahasiswa FKIP Ekonomi yang menggunakan jasa pengiriman J&T).
 Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M. M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Selasa . 05-12-2017	Pengajuan judul	
2.	Selasa . 12-12-2017	Acc Judul	
3.	Kamis. 01-03-2018	Bab 1.2.3	
4.	Selasa. 20-03-2018	Revisi bimbingan 1.2.3	
5.	03-04-2018	Acc Seminar	
6.	Senin 13-05-2018	Revisi seminar	
7.	Rabu 19-02-2019	Bimbingan Bab 4.5	
8.	Selasa 5-03-2019	Bab 4.5	
9.	Kamis 21-03-2019	Bab 4.5	
10.	Rabu 10-04-2019	Bab 4.5	
11.	Rabu 22-05-2019	Bab 4.5-	
12.	27-Mei-2019	Acc Ujian	
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegulboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : ILMIA FORTUNA
NIM/ Angkatan : 140210301034/ 2014
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN DI J&T CABANG JEMBER" (Studi kasus pada mahasiswa FKIP Ekonomi yang menggunakan jasa pengiriman J&T).
Pembimbing II : Dra. Sri Wahyuni, M. Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT Pembimbing II
1.	selasa. 05-12-2017	Pengajuan judul	SP
2.	selasa. 12-12-2017	ACC judul	SP
3.	kamis. 1-3-2018	Bab 1, 2, 3	SP
4.	selasa. 20-3-2018	Revisi Bab 1, 2, 3	SP
5.	kamis. 5-4-2018	Revisi Bab 1, 2, 3	SP
6.	Senin. 30-4-2018	all alumnus	SP
7.	semin. 13-08-2018	Revisi seminar	SP
8.	kamis. 16-08-2018	Revisi seminar	SP
9.	selasa. 21-08-2018	Revisi seminar	SP
10.	rabu. 22-05-2019	Bab 4, 5	SP
11.	25-6-2019		SP
12.	27-6-2019	pece upai	SP
13.			
14.			
15.			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 2

Dokumentasi



Gambar 1 1 Kantor J&T Express Lumajang



Gambar 1 2 Transportasi J&T Express Lumajang



Gambar 1 3 Pelayanan J&T Express Lumajang



Gambar 1 4 Pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 5 Pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 6 Pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 7 Pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 8 Pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 9 Observasi kuisioner pada pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 10 Observasi kuisisioner pada pelanggan J&T Express Lumajang



Gambar 1 11 SPV dan admin J&T Express Lumajang

Riwayat Hidup Peneliti

I. Identitas

1. Nama : Ilmia Fortuna
2. Tempat, tanggal lahir : Jember, 10 Juli 1996
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Jl. A. Yani Kebonan-Gumukmas Rt.01 Rw
011 Kecamatan Gumukmas
6. Email : ilmiafortuna@gmail.com
7. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : (Alm) M. iksan
Pekerjaan : -
 - b. Ibu : (Alm) Hosbiyah
Pekerjaan : -

II. Pendidikan

No	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1	SDN Gumukmas 01	Kab. Jember	2008
2	SMPN 1 Gumukmas	Kab. Jember	2011
3	SMAN 1 Kencong	Kab. Jember	2014