

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J&T EXPRESS DI KECAMATAN KARANGASEM

R. Sugara<sup>1</sup>, N. M. Suci<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail: robi@undiksha.ac.id<sup>1</sup>, made.suci@undiksha.ac.id<sup>2</sup>

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem. Besaran sampel penelitian ini adalah 120 responden, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem. (3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## Abstract

*The purpose of this study was to test the effect of service quality and customer satisfaction on J&T Express customer loyalty in Karangasem District. The sample size of this study was 120 respondents, and the sampling technique used was a purposive sampling technique. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique in this study is multiple linear regression. The results of this study show that (1) Service Quality and Customer Satisfaction have a positive and significant effect on J&T Express Customer Loyalty in Karangasem District. (2) Service Quality has a positive and significant effect on J&T Express Customer Loyalty in Karangasem District. (3) Customer Satisfaction has a positive and significant effect on J&T Express Customer Loyalty in Karangasem District.*

**Keywords:** service quality, customer satisfaction, customer loyalty.

## 1. Pendahuluan

Pandemi *covid-19* memberikan dampak negatif tidak hanya pada sektor kesehatan dan pariwisata tetapi juga pada sektor perekonomian. Adanya pandemi *Covid-19* telah membuat perekonomian Indonesia mengalami kontraksi. Meluasnya persebaran *Covid-19* di dalam negeri maupun luar negeri menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi. Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia yang saat ini masih tidak stabil ditambah dengan pembatasan kegiatan membuat sejumlah industri mengalami penurunan pendapatan. Dengan menurunnya pendapatan membuat sejumlah perusahaan melakukan pemotongan gaji dan PHK terhadap karyawannya. Pemutusan hubungan kerja tersebut membuat pendapatan masyarakat menurun. Daya beli masyarakat yang semakin melemah dikarenakan oleh adanya keterbatasan kegiatan masyarakat.

Diberlakukannya PPKM di sejumlah daerah di Indonesia sehingga membuat sejumlah masyarakat harus melakukan transaksi secara online. Semakin meningkatnya jumlah transaksi pembelian secara *online* tentunya akan membutuhkan jasa pengiriman untuk mengirimkan pesanan tersebut. Sehingga frekuensi jasa pengiriman terus mengalami peningkatan. Hasil survey yang dilakukan MarkPlus, Inc. mengenai frekuensi penggunaan jasa kurir, dari 122 responden sebanyak 39% responden mengatakan meningkat signifikan, 39% responden mengatakan sedikit meningkat, 13% responden mengatakan tetap, kemudian 4% responden mengatakan sedikit menurun dan 5% responden mengatakan menurun signifikan (Databoks, 2020). Meningkatnya jumlah konsumen *online* memunculkan banyak perusahaan jasa pengiriman. Semakin banyaknya muncul perusahaan penyedia jasa pengiriman baru di Indonesia menjadi tantangan perusahaan.

Perusahaan ekspedisi di Indonesia yang banyak digunakan saat ini ialah J&T Express, dimana J&T adalah perusahaan ekspedisi memiliki kepanjangan PT. Global Jet Express yang berpusat di Jakarta. J&T menjadi salah satu perusahaan pengiriman yang memiliki cabang diseluruh wilayah di Indonesia dengan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan. J&T menjadi jasa ekspedisi yang sangat populer digunakan masyarakat. Dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah transaksi pengguna di salah satu wilayah yaitu kecamatan Karangasem. Jumlah transaksi jasa ekspedisi J&T Express terus mengalami peningkatan setiap bulannya yaitu pada periode Juni hingga September, dimana pada bulan Juni sebanyak 5364 transaksi hingga bulan September meningkat signifikan menjadi 7482 transaksi (Jasa Ekspedisi, 2021). Hal berbeda justru yang terjadi pada perusahaan ekspedisi lainnya yang mengalami fluktuasi. Peningkatan jumlah transaksi tersebut terjadi karena adanya kesetiaan pelanggan terhadap jasa J&T Express. Semakin banyak jumlah transaksi yang dilakukan menandakan bahwa loyalitas pelanggannya sangat tinggi. Sejalan dengan teori dikemukakan oleh Griffin (2003) bahwa konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behavior*) daripada sikap, *loyalty is defined as nonrandom purchase expressed over time by some decision making unit*. Teori berasumsi seorang konsumen yang loyal memiliki perilaku pembelian yang ditunjukkan melalui melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Karangasem, kabupaten Karangasem. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kecamatan Karangasem 2021, kecamatan Karangasem terdiri dari 11 desa dan luas wilayah 94,23 Km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 100.036 jiwa. Banyaknya jumlah penduduk membuat sejumlah masyarakat senang melakukan pembelian baik secara *offline* maupun *online*. Penduduk kecamatan Karangasem yang paling banyak diantara kecamatan lainnya dan merupakan pusat pemerintahan kabupaten Karangasem sehingga banyak adanya transaksi pembelian. Ini dibuktikan dengan banyaknya transaksi pengguna jasa ekspedisi J&T di kecamatan Karangasem yang dipengaruhi oleh mutu layanan ditawarkan dan adanya kepuasan konsumen. Mutu layanan ditawarkan J&T Express Kecamatan Karangasem yaitu *delivery* satu hari setelah paket tersebut sampai semaksimal mungkin jumlah barang yang datang langsung dikirim dihari itu juga. Fasilitas kantornya cukup baik dan layanan dari karyawannya ramah. Karyawan J&T memiliki respon yang cepat dan tanggap serta memberikan keamanan terhadap paket yang diantar jika tidak ada orangnya maka keesokan harinya terus akan dibawakan kerumahnya, hal ini dilakukan untuk memastikan paket pelanggan aman. Kepuasan pelanggan J&T Express Kecamatan Karangasem yakni konsumen merasa kepuasan akan layanan yang ditawarkan juga jika terjadi *complain* masalah barang yang rusak J&T langsung mengatasinya. Pelanggan tetap setia dan menyarankan J&T Express kepada orang lain karena kepuasan mereka terhadap kualitas layanan. Perihal tersebut senada akan hipotesis yang disampaikan Griffin (2005:5), yang mengemukakan kalau konsumen yang setia ialah individu yang paling senang akan suatu produk ataupun jasa hingga mereka bersemangat guna merekomendasikannya ke orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa banyak individu menggunakan J&T Express karena kualitas layanannya yang tinggi, sehingga menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Bagi jasa pengiriman, mutu layanan dan kepuasan konsumen ialah hal yang bernilai wajib diperhatikan guna menambah loyalitas dari pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai pemakaian produk yaitu barang atau jasa secara berulang. Pelanggan yang loyal akan menggunakan atau memakai produk dan jasa secara berkesinambungan, hal tersebut tentunya akan berdampak baik bagi perusahaan dimana dengan adanya pelanggan yang loyal akan meningkatkan profit perusahaan tersebut. Maka dari itu loyalitas pelanggan bagi perusahaan khususnya perusahaan jasa sangatlah penting untuk memenangkan persaingan kompetitif. Loyalitas dalam penelitian ini dipilih sebagai variabel terikat karena loyalitas sangat penting bagi suatu perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungannya. Loyalitas berperan penting dalam menghasilkan profit penjualan sehingga penting untuk terus diperbaiki baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Tsalatsa & Sudarwanto, 2021). Hal ini juga didukung oleh pendapat Griffin (2005) menyatakan bahwa makin awet kesetiaan seorang konsumen, makin tinggi profit yang didapat konsumen akan perusahaan terkait.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk terus membeli atau berlangganan barang dan jasa pilihan merek terlepas dari faktor situasional kampanye pemasaran berpotensi mendorong perilaku beralih. Menurut Marconi (dalam Prasetyo et al, 2017), nilai pemanfaatan suatu produk, citra, kenyamanan dan kemudahan, kebahagiaan pelanggan, kualitas layanan, jaminan dan jaminan adalah semua elemen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan temuan Astuti dan Lutfi (2019) yang menemukan kalau mutu layanan dan kesenangan konsumen mendorong kesetiaan konsumen. Ramanta, dkk (2021) menemukan kalau kesetiaan konsumen didorong dari persepsi nilai, mutu produk, harga serta kepuasan pelanggan. Lantuka, dkk (2017) menemukan bahwasanya kesetiaan konsumen didorong dari mutu layanan dan kepuasan konsumen. Subawa dan Sulistyawati (2020) menemukan kalau kesetiaan konsumen didorong dari mutu layanan dan kesenangan konsumen. Supertini, dkk (2020) menemukan bahwa yang memengaruhi kesetiaan konsumen adalah keyakinan serta kepuasan pelanggan. Dalam riset tersebut hanya memfokuskan menggunakan mutu layanan dan kepuasan pelanggan dikarenakan mutu layanan berkontribusi positif dan relevan dalam penelitian Astuti dan Lutfi (2019), Lantuka, dkk (2017), serta Subawa dan Sulistyawati (2020). Kepuasan pelanggan berdampak positif dan relevan dalam kajian studi Astuti & Lutfi (2019), Lantuka, dkk (2017), Ramanta, dkk (2021), Subawa dan Sulistyawati (2020), dan Supertini, dkk (2020).

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem.

Dalam jasa ekspedisi untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan lain kualitas pelayanan menjadi aspek utama yang harus diperhatikan. Kualitas layanan adalah evaluasi konsumen terhadap kelebihan ataupun keunggulan keseluruhan barang dan reparasi (Kotler, 2009:36). Lebih lanjut Parasuraman (2001:162) mendefinisikan kualitas pelayanan atau service quality sebagai jarak antar realita dan ekspektasi konsumen akan pelayanan yang mereka dapatkan ataupun terima. Mutu mencakup semua tindakan yang diambil oleh bisnis untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas merupakan penentu penting dari loyalitas pelanggan; klien yang mendapatkan pelayanan prima niscaya akan loyal terhadap suatu produk atau jasa. Evaluasi pelanggan atas suatu layanan bergantung pada kualitas layanan yang ditawarkan; jika kualitas layanan tinggi, maka akan menginspirasi loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2007), yang mengutarakan kalau dampak mutu layanan dan kebahagiaan pelanggan akan menentukan apakah suatu produk dibeli atau digunakan kembali. Perihal itu membuktikan kalau makin besar mutu layanan yang ditawarkan dan didukung oleh kebahagiaan pelanggan, semakin besar loyalitas pelanggan yang akan dihasilkan. Konsisten dengan temuan Astuti dan Lutfi (2019), Lantuka et al. (2017), dan Tsalatsa dan Sudarwanto (2021), kualitas layanan berkontribusi positif dan relevan secara statistik pada kesetiaan konsumen Surahman dkk. (2020) mendapati, bagaimanapun, kalau mutu layanan mempunyai dampak negatif yang cukup besar pada kesetiaan konsumen. Riset lain oleh Sari et al. (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan konsumen.

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem.

Kepuasan konsumen ialah perasaan bahagia ataupun tidak bahagiannya seseorang berdasarkan perbandingan antara harapan mereka dengan apa yang sebenarnya mereka terima (Kotler dan Keller, 2016:153). Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor utama dalam upaya menginterpretasikan minat dari pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi relevansi antara keinginan, harapan dan kebutuhan yang terpenuhi dan dapat dilihat dari rasa puas pelanggan terhadap suatu hal yang dianggap sesuai dengan ekspektasi. Dengan perasaan kepuasan pelanggan maka akan menimbulkan manfaat bagi sebuah perusahaan dimana akan memberikan nilai jangka panjang atau loyalitas pelanggan. Griffin (2008) menggambarkan hubungan antara kebahagiaan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagai pembelian berulang yang sering. Hal itu senada akan tesis Band (1991) bahwasanya kepuasan konsumen adalah tingkat di mana keinginan, keinginan, dan harapan konsumen terwujud, menghasilkan pembelian berulang atau loyalitas berkelanjutan. Konsisten dengan temuan Ramanta et al. (2021), Subawa dan Sulistyawati (2020), Panday dan Nurshal (2020),

dan Supertini et al. (2020), kepuasan konsumen berkontribusi positif dan relevan secara statistik pada kesetiaan konsumen. Namun menurut riset yang dilaksanakan Pradana (2018), kepuasan konsumen tidak berdampak pada kesetiaan konsumen. Kajian studi lainnya Sari et al (2019) menemukan kalau kepuasan konsumen tidak berkontribusi pada kesetiaan konsumen.

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem.

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk menguji pengaruh signifikan (1) Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem. (2) Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem. (3) Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Kecamatan Karangasem.

## 2. Metode

Desain kajian studi yang dipakai pada pengkajian ialah penelitian kuantitatif kausal. Desain kausal digunakan untuk mengetes korelasi sebab akibat antar faktor yang mendorong dan faktor yang didorong (Sugiyono, 2013). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ). Metode dan instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013). Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jumlah responden, hasil dari tabulasi jawaban responden pada kuesioner

Subjek yang digunakan pada kajian studi ialah konsumen yang memakai jasa J&T Express di Kecamatan Karangasem. Sedangkan yang menjadi objek pada pengkajian ialah kualitas layanan ( $X_1$ ), kepuasan konsumen ( $X_2$ ) dan loyalitas konsumen ( $Y$ ). Sampel mewakili populasi tertentu dan mencerminkan karakteristiknya. Menurut Sugiyono (2013:81), sampel mewakili ukuran dan karakteristik populasi. Melalui pemakaian pendekatan *purposive sampling*, sampel dikumpulkan. *Purposive sampling* ialah metode pengambilan perwakilan populasi yang memperhitungkan faktor-faktor tertentu (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 120 responden. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang selanjutnya akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian akan di analisis menggunakan teknik analisis data yaitu analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20 untuk mengolah data. Adapun persamaan regresinya

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Kepuasan Pelanggan

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan

$\beta_2$  = Koefisien Regresi Variabel Kepuasan Pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

$\varepsilon$  = Standar error

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis sebelumnya dilakukan pengujian terhadap asumsi penelitian melalui pengujian normalitas, multikoleniaritas, dan heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2005:147) uji normalitas pengujian yang berguna sebagai penentu apakah faktor pengacau ataupun variable residual pada bentuk regresi terdistribusi normal. Melalui pemakaian grafik plot normal, dimungkinkan guna menetapkan apakah sebuah kumpulan data memiliki distribusi normal maupun tidaknya. Pengujian normalitas dilakukan dengan mengamati penyebaran data pada sumbu diagonal suatu grafik atau *normal probability plot*. Menurut Ghozali (2005:95) uji multikoleniaritas dirancang untuk menguji apakah model regresi

ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam persamaan regresi tidak saling berkorelasi, maka dengan melihat nilai tolerance dan nilai inflation factor (VIF). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi (Ghozali, 2005:125). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatterplot*. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) terutama mengukur seberapa baik model menjelaskan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kekuatan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel terikat (Ghozali, 2006:87).

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil uji validitas dijelaskan melalui perbandingan antara nilai *p-value* yang lebih besar daripada nilai *alpha* ( $\alpha$ ) 0.05. Mengacu dari hasil output SPSS diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai *p-value* diatas 0.05. Ini berarti dapat dikatakan item pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid. Menegnai pengujian reliabilitas dilakukan guna mengetahui apakah reliabel tidaknya suatu data diuji maka harus dilakukan uji reliabilitas. Suatu variabel bisa diketahui reliabel jika menunjukkan nilai Cronbach Alpha > 0.60. Keluaran hasil dari uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel yang diuji reliabel dikarenakan mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0.60. Dari itu dapat disimpulkan semua intrumen variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menunjukkan reliabel.

Tabel 1. Ringkasan *Output* SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien	t	Sig	Koefisien Korelasi	$R^2$
Kualitas Pelayanan	0,131	2,390	0,018	0,216	0,046
Kepuasan Pelanggan	0,522	8,146	0,000	0,602	0,362
Konstanta	1,409				
Sig. F	0,000				
R	0,831				
$R^2$	0,691				

Sumber: Hasil Output SPSS 20.0 For Windows Analisis Regresi Linier Berganda

### Pembahasan

Dalam jasa pengiriman, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan guna meningkatkan loyalitas dari pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Terciptanya mutu pelayanan yang sempurna nantinya memberikan kebahagiaan untuk konsumen hingga nantinya menciptakan loyalitas pelanggan. Makin besar mutu layanan dan kepuasan pelanggan yang disumbangkan, alhasil makin besar juga loyalitas konsumennya.

Pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan adalah substansial J&T Express di Kabupaten Karangasem tergantung pada apakah faktor kualitas layanan dan kebahagiaan pelanggan telah meningkat atau menurun secara bersamaan, loyalitas konsumen akan terpengaruh. Temuan kajian studi tersebut senada akan teori Kotler & Keller (2007), yang mengklaim kalau dampak kualitas layanan dan kebahagiaan pelanggan menentukan potensi pembelian atau penggunaan Kembali sebuah barang. Temuan riset tersebut dikuatkan oleh pengkajian yang dilaksanakan (Lantuka et al, 2017) dan Panday & Nursal (2021) yang membuktikan kalau mutu layanan dan kesenangan konsumen mempunyai kontribusi yang menguntungkan pada loyalitas konsumen ketika terjadi secara bersamaan atau bersama-sama.

Perolehan penelitian itu didukung juga oleh tanggapan responden 114 mengatakan akan selalu setia untuk memakai jasa J&T Express di Kecamatan Karangasem karena mereka

merasa puas dengan kualitas pelayanan sehingga mereka akan mengatakan dan merekomendasikan kepada teman, kerabat, serta saudara bahwa pelayanan yang diberikan J&T Express sangat bagus dan mereka akan selalu menggunakan layanan J&T Express. Dari 120 responden mayoritas responden adalah perempuan artinya ialah yang paling banyak menggunakan jasa J&T Express adalah perempuan karena perempuan lebih sering melakukan pembelian secara *online* dan perempuan juga banyak yang membuka usaha *olshop* sehingga menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirim dan menerima barang. Perempuan sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan karena perempuan lebih suka diperhatikan dan dilayani secara ramah, dengan mutu layanan yang tinggi tentunya nantinya timbul kepuasan serta akan menjaga keloyalan dari konsumen.

Hasil riset ini juga menunjukkan bahwa usia mayoritas responden adalah usia produktif yaitu rentan usia dari 21-30 tahun dimana usia tersebut adalah usia produktif yang lebih suka melakukan transaksi secara *online* dan sesatu yang instan. Usia produktif akan memperhatikan betul bagaimana kualitas layanan yang diberikan serta bagaimana kepuasan yang dirasakan untuk tetap menggunakan layanan dari satu jasa. Hal ini mendukung teori dan penelitian terdahulu yang mengungkapkan kalau mutu layanan dan kebahagiaan konsumen berkontribusi positif pada loyalitas konsumen. J&T Express dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan berusaha menciptakan mutu layanan yang sempurna bagi para konsumen. Mutu layanan ialah salah satu aspek utama yang membentuk kesenangan pelanggan sehingga terciptanya keloyalan konsumen. J&T Express dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan harus memperhatikan kepuasan pelanggan. J&T Express wajib berkesanggupan memajukan kepuasan pelanggan melalui pemberian layanan yang tidak buruk sejalan akan yang diharapkan oleh konsumen. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan dapat mempertahankan kesetiaan konsumen.

Kualitas pelayanan J&T Express di Kabupaten Karangasem memiliki pengaruh yang sangat besar dan menguntungkan pada loyalitas klien. Berlandaskan perolehan kajian ini, peningkatan mutu layanan akan berdampak positif pada kesetiaan konsumen. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan konsisten dengan temuan penelitian. Menurut Zeithml et al. (1996), kualitas layanan mungkin juga memiliki efek langsung pada loyalitas pelanggan, yang didukung oleh kajian studi terkait. Semakin dekat ikatan antar mutu layanan dan kesetiaan konsumen, semakin loyal konsumen akan memilih membelanjakan ataupun memakai barang atau jasa badan usaha. Konsumen akan lebih cenderung mengembangkan hubungan yang solid dengan perusahaan jika mereka mendapatkan layanan kualitas tinggi. Konsumen yang senangakan tingkat layanan yang diserahkan J&T Express akan memanfaatkan jasa perusahaan secara konsisten atau sering.

Mutu layanan yang dikontribusikan J&T Express Kecamatan Karangasem yaitu *delivery* satu hari setelah paket tersebut sampai semaksimal mungkin jumlah barang yang datang langsung dikirim dihari itu juga. Fasilitas kantornya cukup baik dan layanan dari karyawannya ramah. Karyawan J&T memiliki respon yang cepat dan tanggap serta memberikan keamanan terhadap paket yang diantar jika tidak ada orangnya maka keesokan harinya terus akan dibawakan kerumahnya hal ini dilakukan untuk memastikan paket pelanggan aman.

Output pengkajian tersebut sejalan akan kajian studi terdahulu yang dilaksanakan Astuti & Lutfi (2019) yang menemukan kalau secara parsial mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Biznet Home di Bali. Hasil penelitian lain oleh Tsalatsa dan Sudarwanto (2021) yang mendapati kalau mutu layanan secara parsial memiliki dampak yang positif dan relevan pada kesetiaan pelanggan. Output dari pengkajian itu senada juga dari hasil lapangan berupa tanggapan responden dari 120 responden 118 mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan J&T Express sangat bagus sebab pelayanan yang diberikan seturut akan janji yang ditawarkan, J&T memberikan layanan pengiriman paket yang cepat melalui pentransferan informasi yang tidak samamr, memberikan agunan dan kejelasan atas kehilangan serta kerusakan paket, waktu operasional selama 365 hari kerja, dan karyawan dalam melayani berpenampilan rapi dan sopan.

Loyalitas pelanggan terhadap J&T Express di Kabupaten Karangasem dipengaruhi secara signifikan oleh kepuasan pelanggan. Menurut temuan penelitian ini, meningkatkan kebahagiaan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan konsisten dengan temuan penelitian. Temuan riset tersebut sejalan bersama tesis Band (1991) kalau kesenangan konsumen adalah tingkat di mana keinginan, keinginan, dan harapan konsumen terwujud, yang mengakibatkan pembelian berulang atau loyalitas berkelanjutan. Kesenangan konsumen menjadi esensial akan melahirkan kesetiaan konsumen. Pelanggan yang berkepuasan akan sebuah barang ataupun jasa hingga nantinya memiliki perilaku yang setia. J&T Express harus terus memperhatikan dan menambah kesenangan pelanggannya melalui pemberian kualitas layanan sesuai yang diharapkan agar tetap mempertahankan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan J&T Express Kecamatan Karangasem yakni konsumen mengalami kepuasan akan layanan yang dilakukan juga jika terjadi *complain* masalah barang yang rusak J&T langsung mengatasinya. Hal ini membuat pelanggan merasa bahagia akan mutu yang diserahkan nantinya senantiasa setia dan akan merekomendasikan J&T Express ke orang lain. Perolehan studi turut sejalan dari kajian yang dilaksanakan Supertini, dkk (2020) yang menemukan kalau kesenangan konsumen berkontribusi positif dan signifikan pada kesetiaan konsumen. Penelitian lain yang dilaksanakan Dewi et al (2021) yang mengutarakan kalau kesenangan konsumen berdampak positif dan relevan pada kesetiaan konsumen. Output pengkajian itu turut sejalan dari perolehan lapangan berupa tanggapan responden dari 120 jumlah responden 114 merasa puas terhadap J&T Express di Kecamatan Karangasem karena mereka merasa bahagia akan layanan yang dilakukan, nantinya selalu memakai jasa J&T Express karena barang yang dikirim tepat waktu, akan menyarankan ke orang lain guna memakai J&T dan layanan yang dilakukan J&T Express sesuai dengan yang dikehendaki.

#### 4. Simpulan dan Saran

Berlandaskan perolehan pengujian data dan penguraian yang sudah dilaksanakan hingga simpulan akan pengkajian yakni: (1). Kualitas layanan dan kepuasan konsumen berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Express di Kecamatan Karangasem. (2). Kualitas layanan berkontribusi positif dan signifikan terhadap kesetiaan konsumen J&T Express di Kecamatan Karangasem. (3). Kepuasan pelanggan berkontribusi positif dan signifikan pada kesetiaan konsumen J&T Express di Kecamatan Karangasem.

Adapun saran yang bisa penulis berikan kepada penelitian selanjutnya yaitu:

Untuk peneliti berikutnya Kekurangan kajian studi ini hanya mengambil faktor mutu layanan dan kepuasan konsumen pada kesetiaan konsumen serta objek pemakai jasa J&T Express di Kecamatan Karangasem. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan kajian studi melalui penambahan faktor lainnya yang memengaruhi kesetiaan konsumen juga menambah kajian teorinya perihal faktor yang dipakai sekaligus dengan objek penelitian yang berbeda dan teknik analisis data yang lain untuk memperoleh hasil yang lebih bervariasi.

Berlandaskan hasil pengkajian saran yang dapat diberikan kepada J&T Express Kecamatan Karangasem dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya yaitu: 1). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan harus terus ditingkatkan oleh J&T karena mempunyai dampak yang positif dan relevan pada kesetiaan konsumen. Makin unggul mutu layanan yang dilakukan alhasil nantinya menciptakan kepuasan dari pelanggan sehingga membentuk kesetiaan atau loyalitas pelanggan. 2). Mutu layanan yang ditawarkan saat ini dari J&T Express Kecamatan Karangasem telah memadai namun butuh lebih ditingkatkan lagi. J&T Express Kecamatan Karangasem diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara mengarahkan kayawannya agar berpenampilan sopan dan rapi serta ramah saat melayani dan layanan yang ditawarkan tidak lamban juga tepat sejalan akan yang dikehendaki konsumen. 3). Kepuasan konsumen diketahui lebih dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Kecamatan Karangasem. Sehingga diharapkan J&T Express Kecamatan Karangasem dapat mempertahankan kepuasan pelanggannya dan terus ditingkatkan lagi dengan cara memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pelayanan yang

tepat waktu. Kepuasan pelanggan akan tercipta saat keinginan dan harapan dari pelanggan sudah terpenuhi maka akan membentuk loyalitas pelanggan.

### Daftar Pustaka

- Aryani, Dwi dan Rosinta Febrina. (2011). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol.17, No.2 (hlm.114-126).
- Astuti, Davia Sri dan Mohamad Lutfi. (2019). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*. Vol.9, No.2 (hlm.132-144).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karangasem. 2021. "Kecamatan Karangasem Dalam Angka". Katalog BPS Karangasem 11020015.5107040. Diakses dari <https://karangasemkab.bps.go.id/publikasi.html> pada 30 Oktober 2021.
- Dewi, et al. (2021). "The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction Toward Customer Loyalty in Industry". *Uncertain Supply Chain Management*. Vol.9, (hlm.631-636).
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lantuka, Ikka Andini, dkk.(2017). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Fastfood Pizza Hut di Manado Town Square". *Jurnal EMBA*. Vol.5, No.2 (hlm.1891-1900).
- Panday, Rorim dan M. Fadhli Nursal. (2021). "The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. Vol.4, No.1 (hlm.172-180).
- Pradana, Fredi. (2018). "Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Nasabah PT FAC Sekuritas Indonesia di Yogyakarta". *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol.9, No.2 (hlm.193-212).
- Prasetyo, Dwi, dkk. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online GO-JEK". *Jurnal Psikologi*. Vol. 15, No.1 (hlm.7-17).
- Ramanta, Tri Hernando, dkk. (2021). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel di CV. Karunia Meubel Tuminting". *Jurnal EMBA*. Vol.9, No.1. (Hal.1018-1027).
- Rofiah, Chusnul dan Dwi Wahyuni. (2017). "Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Mediasi oleh Kepuasan di Bank Muamalat Jombang". *EKSIS*. Vol.12, No.1 (hlm.69-82).
- Sari, Nelly Novia, dkk. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngonggo Kota Kediri". *JIMK*. Vol.2, No.1 (hlm.20-37)
- Subawa, I Gede Benny dan Eka Sulistyawati. (2020). "Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi". *E-Jurnal Manajemen UNUD*. Vol.9, No.2. (hlm.718-736).



Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supertini, N.P.S, dkk. (2020). "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya di Singaraja". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.2, No.1 (hlm.61-73).

Surahman, I Gusti Ngurah et al. (2020). "The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha*. Vol.7, No.1 (hlm.46-52).

Tjiptono, F., dan Gregorius Chandra. 2014. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tsalatsa, Moh. Akhsanus dan Tri Sudarwanto. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Diskusi Kopi Kafe Gresik". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol.9, No.3 (hlm.1464-1471)