

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Profil Agen JNE Sukolilo

PT. JNE merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang. Perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat ini sudah banyak mendirikan agen-agen di semua wilayah yang ada di Indonesia. Salah satu Agen JNE yang berada di Kabupaten pati adalah Agen JNE Sukolilo. Agen JNE Sukolilo bergabung denagn PT. JNE pada tanggal 07 Agustus 2018. Awal bergabung, Agen JNE Sukolilo hanya melayani paket outbound atau pengiriman dari sukolilo yang akan dikirim ke berbagai wilayah di Indonesia sesuai tujuan paket tersebut.

Gambar 4.1 Bagian Dalam Agen JNE Sukolilo



Namun, seiring ramainya pasar online dan banyaknya masyarakat sukolilo yang melakukan transaksi online ditambah masih

sedikit jasa ekspedisi yang ada di wilayah Sukolilo, maka Agen JNE Sukolilo kemudian membuka layanan paket inbound, yaitu pengiriman dari luar daerah yang bertujuan ke Sukolilo. Layanan paket indound ini dibantu dengan jasa pendukung yaitu kurir untuk mengantarkan paket ke alamat penerima.

Kini Agen JNE Sukolilo telah memiliki empat kurir dengan tugas melakukan pengantaran ke wilayah-wilayah di Kecamatan Sukolilo. Dan dua admin yang bertugas di counter Agen JNE Sukolilo untuk mengentry paket yang akan dikirim dari Sukolilo menuju tempat tujuan paket.

b. Visi Misi JNE

Visi JNE :

- 1) Menjadi perusahaan terkemuka di dunia dalam rantai pasokan.
- 2) Hanya dalam pengembangan kerjasama bisnis umum keberhasilan dapat dicapai. Mendorong proses pembelajaran dan perubahan untuk tumbuh, berkembang dan menghasilkan keuntungan.
- 3) Sebagai perusahaan internasional yang sukses, sangat penting bagi JNE untuk memiliki jaringan komersial yang kuat di Indonesia, yang merupakan salah satu negara target investasi global dan pasar strategis.
- 4) Menggabungkan layanan pengiriman, kepabeanaan, pergudangan dan distribusi di bawah satu atap memberikan solusi untuk kebutuhan distribusi dunia. Internet akan menjadi gaya hidup masyarakat modern di abad berikutnya.

Misi JNE:

- 1) Secara konsisten memberikan pengalaman terbaik kepada konsumen
- 2) Melayani semua lapisan masyarakat Indonesia melalui jaringan layanan ekspres hingga rumah, kantor dan industri.
- 3) Perpaduan antara efektivitas, efisiensi dan fleksibilitas pelayanan yang prima menjadikan JNE sebagai pilihan utama pengiriman dokumen, paket dan barang urgent di Indonesia..
- 4) Menjadi perusahaan jasa ekspres nasional dengan standar pelayanan internasional¹

c. Lokasi Agen JNE Sukolilo

Gambar 4.2 Lokasi Agen JNE Sukolilo



Agen JNE Sukolilo Pati berlokasi di Jl. Pati-Purwodadi, Dukuh Lebak Wetan Rt 003/Rw 007, Desa Sukolilo, Kecamatan Sukolilo, Kabupaten Pati Jawa Tengah dengan Kode pos 59172.

¹ <https://yaukingsyaukiaulia.blogspot.com/2016/10/jne-sistem-informasistruktur.html> diakses pada 22 Juli 2021.

d. Jenis-jenis Layanan JNE**1) JNE YES (Yakin Esok Sampai)**

JNE YES merupakan jenis layanan pengiriman premium, layanan YES ini merupakan layanan dengan estimasi paket diterima penerima H+1 setelah pengiriman termasuk pada hari minggu dan hari libur nasional. Pada layanan JNE YES ini tidak seluruh kota-kota bisa menggunakan layanan JNE YES, Karena JNE pusat hanya mengidentifikasi area tertentu saja yang bisa menggunakan layanan ini, dengan waktu pengantaran 1 hari.

2) JNE REG (Reguler)

JNE Regular merupakan jenis layanan dengan estimasi sampai 1-7 hari kerja tergantung pada zona daerah yang dituju, tetapi untuk tujuan kota yang berada provinsi yang sama estimasi sampai adalah 1-3 hari kerja. Selain pengiriman yang cepat, aman, dan handal, layanan ini juga mempunyai ongkos kirim yang relatif terjangkau.

3) JNE OKE (Ongkos Kirim Ekonomis)

Sesuai dengan namanya, JNE OKE merupakan layanan pengiriman dengan tarif ongkir yang ekonomis dengan perkiraan waktu pengiriman lebih lama dari layanan JNE REG tergantung pada zona daerah yang menjadi tujuan pengiriman. Layanan ini kebanyakan digunakan pada pengiriman barang-barang besar, selain waktu pengiriman yang standart juga tarifnya yang ekonomis.

4) JNE JTR (JNE Trucking)

JNE JTR merupakan layanan yang diperuntukkan untuk pengiriman dalam jumlah besar, dan barang-barang besar yang mempunyaiberat di atar 10 kg, karena perhitungan ongkir pada JNE JTR ini adalah per 10 kg, misalnya barang nya hanya 8 kg maka tetap kena ongkir seperti 10 kg. pengiriman JNE JTR ini menggunakan armada truk melalui darat maupun laut. Estimasi waktu pada JNE JTR ini paling lama dari layanan lainnya, pengiriman dalam kota bisa sampai 7 hari lebih dan untuk luar pulau jawa bisa sampai satu bulan, tergantung zona daerah dari tujuan pengiriman.

e. Ongkir JNE

Berikut merupakan daftar ongkos kirim dari Sukolilo Pati ke beberapa wilayah yang ada di Indonesia.

Tabel 4.1 Ongkir JNE

No	Kabu paten	Keca mata n	Yes/ 1 kg	Reg/ 1 kg	Oke/ 1 kg	JTR/ 10 kg
1.	Kudus	Kudu s kota	15.0 00	12.0 00	11.0 00	45.0 00
2.	Kudus	Mejo bo		15.0 00	14.0 00	65.0 00
3.	Jepara	Jepar a		12.0 00	11.0 00	45.0 00
4.	Jepara	Tahu nan		15.0 00	14.0 00	65.0 00
5.	Dema k	Dem ak	15.0 00	12.0 00	11.0 00	45.0 00
6.	Dema	Mije		15.0	14.0	65.0

	k	n		00	00	00
7.	Grobo gan	Purw odadi		12.0 00	11.0 00	45.0 00
8.	Grobo gan	Grob ogan		15.0 00	14.0 00	45.0 00
9.	Banyu mas	Lum bir		20.0 00	17.0 00	35.0 00
10.	Remba ng	Bulu		15.0 00	14.0 00	65.0 00
11.	Kota Suraka rta	Jebre s	15.0 00	12.0 00	9.00 0	40.0 00
12.	Semar ang	Baw en	18.0 00	15.0 00	14.0 00	65.0 00
13.	Blitar	Doko		25.0 00	22.0 00	75.0 00
14.	Kota Malan g	Suku n	33.0 00	17.0 00	14.0 00	45.0 00
15.	Kota Suraba ya	Tand es	31.0 00	17.0 00	14.0 00	45.0 00
16.	Bogor	Ciaw i	36.0 00	18.0 00	15.0 00	50.0 00
17.	Cianju r	Cianj ur		23.0 00	20.0 00	55.0 00
18.	Bandu ng	Kata pang	37.0 00	18.0 00	15.0 00	45.0 00
19.	Cirebo n	Mun du	37.0 00	18.0 00	15.0 00	45.0 00
20.	Jakarta Pusat	Gam bir	35.0 00	17.0 00	14.0 00	50.0 00
21.	Jakarta Timur	Cirac as	36.0 00	18.0 00	15.0 00	50.0 00
22.	Kota Medan	Med an Area		41.0 00	37.0 00	70.0 00

23.	Tabaloring	Upau		57.000	51.000	
24.	Bone	Kahu		61.000	54.000	
25.	Deli Serdang	Gala ng		53.000	48.000	160.000
26.	Jayapura	Demt a		116.000	112.000	175.000
27.	Tabanan	Marga		43.000	38.000	90.000

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

2. **Gambaran Umum Responden**

Pada bagian ini peneliti akan membahas perihal gambaran umum dari responden yang telah diteliti. Gambaran umum responden didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Kuesioner yang disebar pada responden ada dua jenis, yaitu kuesioner langsung atau peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan bertemu responden secara langsung, dan kuesioner tidak langsung atau kuesioner dalam bentuk Google form. Peneliti menggunakan dua langkah tersebut karena responden yang dituju tidak semuanya bisa ditemui, jadi untuk lebih efektif nya, peneliti mengambil dua langkah tersebut supaya hasil penelitian mereka lebih akurat. Kuesioner disebar untuk pelanggan Agen JNE Sukolilo yang telah menggunakan jasa JNE lebih dari dua kali. Karakteristik responden yang digunakan peneliti dalam penelitian antara : jenis kelamin, usia, pekerjaan, tempat tinggal, beragama muslim, dan lebih dari dua kali menggunakan jasa JNE.

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Responden	%
1.	Laki-laki	38	39,2%
2.	Perempuan	59	60,8%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 97 responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 59 orang atau sekitar 60,8% sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang atau sekitar 39,2%.

b. Usia Responden

Tabel 4.3 Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Responden	%
1.	17-26	66	68,0%
2.	27-36	27	27,8%
3.	37-46	3	3,1%
4.	47-56	1	1,0%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17-26 tahun ada sebanyak 66 orang atau sekitar 68,0%. Kemudian responden yang berusia 27-36 tahun ada sebanyak 27 orang atau sekitar 27,8%. Kemudian responden yang berusia 37-46 tahun ada sebanyak 3 orang atau sekitar 3,1%. Kemudian responden yang berusia 47-56 tahun ada 1 orang atau sekitar 1,0%. Maka responden pada penelitian ini di dominasi oleh usia 17-26 tahun.

c. **Pekerjaan Responden**

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

No .	Pekerjaan	Responde n	%
1.	Pelajar/Mahasiswa	23	23,7 %
2.	Wiraswasta	30	30,9 %
3.	Pegawai Swasta	7	7,2%
4.	Lainnya	37	38,1 %
Jumlah		97	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 23 pelanggan Agen JNE Sukolilo atau sekitar 23,7% adalah pelajar/mahasiswa, 30 orang atau sekitar 30,9% adalah wiraswasta, 7 orang atau sekitar 7,2% adalah pegawai swasta, dan 37 orang atau sekitar 38,1% adalah pelanggan Agen JNE Sukolilo yang memiliki pekerjaan yang tidak tercantum dalam pengelompokan. Keadaan tersebut memperlihatkan bahwa mayoritas pelanggan Agen JNE Sukolilo adalah orang dengan pekerjaan diluar pengelompokan tersebut.

d. **Tempat Tinggal Responden**

Tabel 4.5 Tempat Tinggal Responden

No.	Tempat Tinggal	Responden	%
1.	Desa Sukolilo	50	51,5%
2.	Luar Desa Sukolilo	47	48,5%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 97 responden, 50 diantaranya atau sekitar 51,5% merupakan pelanggan Agen JNE Sukolilo yang bertempat tinggal di desa Sukolilo, dan 47 lainnya atau sekitar 48,5% merupakan pelanggan Agen JNE Sukolilo yang bertempat tinggal di luar desa Sukolilo.

e. **Responden Beragama Muslim**

Tabel 4.6 Responden Yang Beragama Muslim

No.	Beragama Muslim	Responden	%
1.	Ya	97	100.0%
2.	Tidak	0	0
Jumlah		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuesioner yaitu responden yang beragama muslim.

f. **Responden Lebih dari Dua Kali Menggunakan Jasa JNE**

Tabel 4.7 Responden Telah Dua Kali Menggunakan Jasa JNE

No	Lebih Dari 2x Menggunakan JNE	Responden	%
1.	Ya	97	100.0 %
2.	Tidak	0	0
Jumlah		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuesioner telah sesuai dengan tujuan peneliti, yaitu responden yang telah menggunakan jasa JNE lebih dari dua kali.

3. Analisis Jawaban Responden

Berikut merupakan gambaran umum dari masing-masing jawaban responden tentang loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo di tinjau dari kualitas layanan, harga dan lokasi .

a. Kualitas Layanan (X₁)

Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Distribusi Jawaban						Mean
		SS	S	KS	TS	STS	Total	
1.	Pegawai Agen JNE Sukolilo memiliki penampilan yang rapi dan profesional	18	68	11	0	0	97	4,07
		18,6%	70,1%	11,3%	0%	0%	100%	
2.	Pegawai Agen JNE Sukolilo dapat mengatasi masalah atau keluhan yang saya hadapi	31	64	2	0	0	97	4,30
		32,0%	66,0%	2,1%	0%	0%	100%	
3.	Pegawai Agen JNE Sukolilo memberik	32	59	6	0	0	97	4,27
		33,0%	60,8%	6,2%	0%	0%	100%	

	an pelayanan yang cepat dan tepat		%					
4.	JNE memberikan asuransi pada dokumen atau barang berharga	48	49	0	0	0	97	4,49
		49,5%	50,5%	0%	0%	0%	100%	
5.	Pegawai Agen JNE Sukolilo memberikan perhatian yang lebih kepada saya	18	59	20		0	97	3,98
		18,6%	60,8%	20,6%	0%	0%	100%	

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.8 menggambarkan jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel kualitas layanan, adapun penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Pada item 1 kualitas layanan, pegawai Agen JNE Sukolilo memiliki penampilan yang rapi dan professional, 18 orang atau sekitar 18,6% menjawab sangat setuju, 68 orang atau sekitar 70,1% menjawab setuju, 11 orang atau sekitar 11,3% menjawab kurang setuju.

- 2) Pada item 2 kualitas layanan, pegawai Agen JNE Sukolilo dapat mengatasi masalah atau keluhan yang dihadapi pelanggan, 31 orang (sekitar 32,0%) sangat setuju, 64 orang (sekitar 66,0%) setuju, 2 orang (sekitar 1%) kurang setuju.
- 3) Pada item 3 kualitas layanan, pegawai Agen JNE Sukolilo memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, 32 orang (sekitar 33,0%) sangat setuju, 59 orang (sekitar 60,8%) setuju, 6 orang (sekitar 6,2%) kurang setuju.
- 4) Pada item 4 kualitas layanan, JNE memberikan asuransi pada dokumen atau barang berharga, 48 orang (sekitar 49,5%) sangat setuju, 49 orang (sekitar 50,5%) setuju.
- 5) Pada item 5 kualitas layanan, pegawai Agen JNE Sukolilo memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan, 18 orang (sekitar 18,6%) sangat setuju, 59 orang (sekitar 60,8%) setuju, 20 orang (sekitar 20,6%) kurang setuju.

b. Harga

Tabel 4.9 Jawaban Responden
Mengenai Variabel Harga

No	Pernyataan	Distribusi Jawaban						Mean
		SS	S	KS	TS	STS	Total	
1.	Saya tidak memperhitungkan biaya ongkir sebelum mengirim	2	26	33	31	5	97	2,89
		2,1 %	26,8 %	34,0 %	32,0 %	5,2 %	100	

	paket						%	
2.	Ongkir yang ditetapkan sesuai dengan kualitas jasa	20	72	4	1	0	97	4,14
		20,6%	74,2%	4,1%	1,0%	0%	100%	
3.	JNE sering memberikan potongan ongkir/diskon	1	5	38	42	11	97	2,41
		1,0%	5,2%	39,2%	43,3%	11,3%	100%	
4.	Ongkir yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya terima	31	66	0	0	0	97	4,32
		32,0%	68,0%	0%	0%	0%	100%	
5.	Ongkir JNE lebih terjangkau dari ekspedisi lain	2	59	33	3	0	97	3,62
		2,1%	60,8%	34,0%	3,1%	0%	100%	

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.9 menggambarkan jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel harga, adapun penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Pada item, 1 harga, pengirim tidak memperhitungkan biaya ongkir sebelum mengirim paket, 2 orang atau sekitar 1% menjawab sangat setuju, 26 orang atau sekitar 26,8% menjawab setuju, 33 orang atau sekitar 34,0% menjawab kurang setuju, 31 orang atau

sekitar 32,0% menjawab tidak setuju dan 5 orang atau sekitar 5,2% menjawab sangat tidak setuju.

- 2) Pada item 2 harga, Ongkir yang ditetapkan JNE sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan, 20 orang atau sekitar 20,6% menjawab sangat setuju, 72 orang atau sekitar 74,2% menjawab setuju, 4 orang atau sekitar 4,1% menjawab kurang setuju, 1 orang atau sekitar 1,0% menjawab tidak setuju.
- 3) Pada item 3, JNE sering memberikan potongan ongkir/diskon, 1 orang atau sekitar 1,0% menjawab sangat setuju, 5 orang atau sekitar 5,2% menjawab setuju, 38 orang atau sekitar 39,2% menjawab kurang setuju, 42 orang atau sekitar 43,3% menjawab tidak setuju, dan 11 orang atau sekitar 11,3% menjawab sangat tidak setuju.
- 4) Pada item 4 harga, ongkir yang ditetapkan JNE sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pengirim, 31 orang atau sekitar 32,0% menjawab sangat setuju, 66 orang atau sekitar 68,0% menjawab setuju.
- 5) Pada item 5 harga, ongkir di JNE lebih terjangkau dari ekspedisi lain, 2 orang (sekitar 1%) sangat setuju, 59 orang (sekitar 60,8%) setuju, 33 orang (sekitar 34,0%) kurang setuju, 3 orang (sekitar 3,1%) tidak setuju.

c. Lokasi (X₃)

Tabel 4.10 Jawaban Responden
Mengenai Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Distribusi Jawaban						Mean
		SS	S	KS	TS	STS	Total	
1.	Lokasi Agen JNE Sukolilo mudah di jangkau	32	62	3	0	0	97	4,30
		33,0%	63,9%	3,1%	0%	0%	100%	
2.	Lalu lintas disekitar Agen JNE Sukolilo sangat lancar	27	66	4	0	0	97	4,24
		27,8%	68,0%	4,1%	%%	0%	100%	
3.	Terdapat lokasi parkir yang cukup aman dan luas di Agen JNE Sukolilo	0	8	51	26	12	97	2,57
		0%	8,2%	52,6%	26,8%	12,4%	100%	
4.	Lokasi Agen JNE Sukolilo dekat dengan rumah saya	14	26	42	12	3	97	3,37
		14,4%	26,8%	43,3%	12,4%	3,1%	100%	

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.10 menggambarkan jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel lokasi, adapun penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Pada item 1 lokasi, lokasi Agen JNE Sukolilo mudah di jangkau oleh pelanggan, 32 orang atau sekitar 33,0% menjawab sangat setuju, 62 orang atau sekitar 63,9% menjawab setuju, 3 orang atau sekitar 3,1% menjawab kurang setuju.
- 2) Pada item 2 lokasi, lalu lintas disekitar Agen JNE Sukolilo sangat lancar, 27 orang atau sekitar 27,8% menjawab sangat setuju, 66 orang atau sekitar 68,0% menjawab setuju, 4 orang atau sekitar 4,1% menjawab kurang setuju.
- 3) Pada item 3 lokasi, di Agen JNE Sukolilo terdapat lokasi parkir yang cukup aman dan luas, 8 orang (sekitar 8,2%) setuju, 51 orang (sekitar 52,6%) kurang setuju, 26 orang (sekitar 26,8%) tidak setuju, 12 orang (sekitar 12,4%) sangat tidak setuju.
- 4) Pada item 4 lokasi, letak geografis Agen JNE Sukolilo dekat dengan rumah para pelanggan, 14 orang (sekitar 14,4%) sangat setuju, 26 orang (sekitar 26,8%) setuju, 42 orang (sekitar 43,3%) kurang setuju, 12 orang (sekitar 12,4%) tidak setuju, 3 orang (sekitar 3,1%) sangat tidak setuju.

d. Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 4.11 Jawaban Responden
Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Distribusi Jawaban						Me an
		S S	S	KS	TS	ST S	T ot al	
1.	Saya merekomendas	26	62	9	0	0	97	4,18

	ikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman JNE	26,8%	63,9%	9,3%	0%	0%	100%	
2.	Saya selalu mengatakan hal-hal positif tentang jasa pengiriman JNE kepada orang lain	36	60	1	0	0	97	4,36
		37,1%	61,9%	1,0%	0%	0%	100%	
3.	Saya tidak tertarik dengan jasa ekspedisi lain meskipun ekspedisi tersebut sedang menawarkan diskon	0	13	53	26	5	97	2,76
		0%	13,4%	54,6%	26,8%	5,2%	100%	
4.	Saya lebih sering menggunakan jasa pengiriman JNE dibanding ekspedisi lain	39	46	12	0	0	97	4,28
		40,2%	47,4%	12,4%	0%	0%	100%	
5.	Saya akan melakukan transaksi di Agen JNE Sukolilo lagi	35	62	0	0	0	97	4,36
		36,1%	63,9%	0%	0%	0%	100%	

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.11 menggambarkan jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel loyalitas pelanggan, adapun penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Pada item 1 loyalitas pelanggan, pelanggan Agen JNE Sukolilo merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman JNE, 26 orang atau sekitar 26,8% menjawab sangat setuju, 62 orang atau sekitar 63,9% menjawab setuju, 9 orang atau sekitar 9,3% menjawab kurang setuju.
- 2) Pada item 2 loyalitas pelanggan, pelanggan Agen JNE Sukolilo selalu mengatakan hal-hal positif tentang jasa pengiriman JNE kepada orang lain, 36 orang atau sekitar 37,1% menjawab sangat setuju, 60 orang atau sekitar 61,9% menjawab setuju, 1 orang atau sekitar 1,0% menjawab kurang setuju.
- 3) Pada item 3 loyalitas pelanggan, pelanggan Agen JNE Sukolilo tidak tertarik dengan jasa ekspedisi lain meskipun ekspedisi tersebut sedang menawarkan diskon, 13 orang atau sekitar 13,4% menjawab setuju, 53 orang atau sekitar 54,6% menjawab kurang setuju, 26 orang atau sekitar 26,8% menjawab tidak setuju, 5 orang atau sekitar 5,2% menjawab sangat tidak setuju.
- 4) Pada item 4 loyalitas pelanggan, pelanggan Agen JNE Sukolilo lebih sering menggunakan jasa pengiriman JNE dibanding ekspedisi lain, 39 orang atau sekitar 40,2% menjawab sangat setuju, 46 orang atau sekitar 47,4%

menjawab setuju, 12 orang atau sekitar 12,4% menjawab kurang setuju.

- 5) Pada item 5 loyalitas pelanggan, pelanggan Agen JNE Sukolilo akan melakukan transaksi di Agen JNE Sukolilo lagi, 35 orang (sekitar 36,1%) sangat setuju, 62 orang (sekitar 63,9%) menjawab setuju.

4. Analisis Data Penelitian

a. Hasil Uji Instrumen Data

Untuk mengetahui valid tidaknya suatu data yang didapat maka digunakan uji validitas. Instrumen yang valid bermakna bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Dalam menentukan valid tidaknya item yang digunakan dalam penelitian ini maka peneliti dibantu dengan program *IBM SPSS Statistics 23*.

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor tiap butir pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir pertanyaan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ maka besarnya $df = 97-2$ sehingga didapatkan hasil $df = 95$, dengan uji 2 (dua) arah pada signifikansi 0,05, maka didapat nilai r_{tabel} adalah 0,1996.² Apabila nilai r_{hitung} positif dan lebih besar dari nilai r_{tabel} (didapat dari tabel r), maka item pertanyaan dinyatakan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas yang telah dilakukan :

² <https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/05/tabel-r.pdf>
diakses pada 01 Juli 2021.

1) Hasil Uji Validitas Instrumen

Tabel 4.12 Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{Tabel} (df = 95)	Ket.
Kualitas Layanan X_1	X1.1	0,649	0,1996	Valid
	X1.2	0,749		Valid
	X1.3	0,784		Valid
	X1.4	0,717		Valid
	X1.5	0,752		Valid
Harga X_2	X2.1	0,777	0,1996	Valid
	X2.2	0,467		Valid
	X2.3	0,750		Valid
	X2.4	0,440		Valid
	X2.5	0,603		Valid
Lokasi X_3	X3.1	0,712	0,1996	Valid
	X3.2	0,650		Valid
	X3.3	0,597		Valid
	X3.4	0,810		Valid
Loyalitas Pelanggan Y	Y1.1	0,754	0,1996	Valid
	Y1.2	0,702		Valid
	Y1.3	0,599		Valid
	Y1.4	0,795		Valid
	Y1.5	0,793		Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa masing-masing dari item pernyataan yang mendukung variabel kualitas layanan memiliki nilai r_{hitung} positif dan lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,1996$), maka item-item pertanyaan pada variabel kualitas layanan dikatakan valid.

2) Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan data yang

sama ketika instrumen tersebut digunakan beberapa kali dalam arti lain hasil yang didapatkan akan konstan.³ Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*. apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel. Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas kualitas layanan, harga, lokasi dan loyalitas pelanggan :

Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Ket.
Kualitas Layanan (X_1)	5 Items	0,779	0,60	Reliabel
Harga (X_2)	5 Items	0,603	0,60	Reliabel
Lokasi (X_3)	4 Items	0,603	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	5 Items	0,757	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan, harga, lokasi dan loyalitas pelanggan memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,60. Artinya variabel kualitas layanan,

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 121.

harga, lokasi dan loyaltas pelanggan dapat dikatakan reliabel.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau tidak maka digunakan uji multikolinieritas. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya tanda-tanda multikolonieritas adalah dengan mengetahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10,00 dan *Tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandar dized Coefficients		Standar dized Coeff icients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tole ranc e	VIF
1 (C on sta nt)	7.83 0	2.359		3.31 9	.001		

Ku ali tas La ya na n Ha rg a Lo ka si	.092	.096	.086	.954	.342	.917	1.090
	.168	.091	.166	1.84 3	.068	.915	1.093
	.501	.098	.463	5.10 8	.000	.901	1.109

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah,
2021

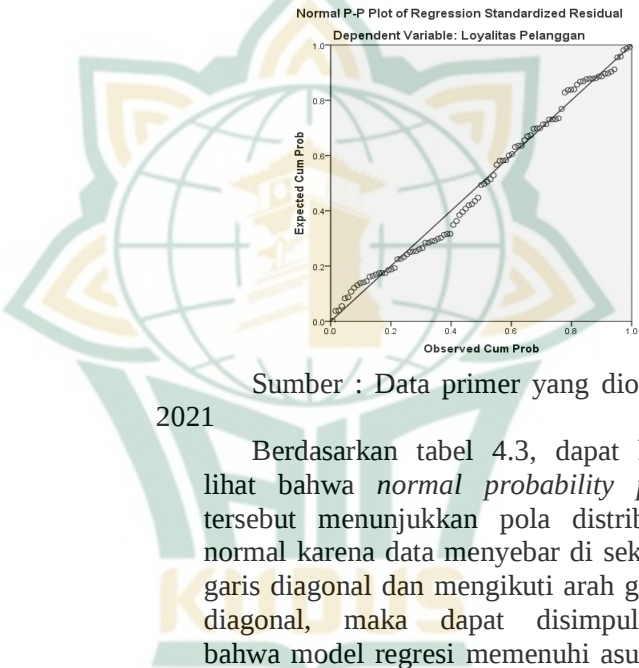
Berdasarkan tabel 4.14, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* pada variabel kualitas layanan sebesar 0,917 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 1,090 < 10,00. Kemudian nilai *Tolerance* pada variabel harga sebesar 0,915 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 1,093 < 10,00. Dan untuk nilai *Tolerance* pada variabel lokasi sebesar 0,901 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 1,109 < 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen pada penelitian ini.

2) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Untuk dapat melanjutkan ke uji selanjutnya, maka harus didapatkan variabel residual berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik

normal Probability Plot dan uji *Kolmogorov Smirnov*, supaya mendapatkan hasil keputusan yang benar-benar tepat. Berikut merupakan hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan oleh peneliti :

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-Plot



Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3, dapat kita lihat bahwa *normal probability plot* tersebut menunjukkan pola distribusi normal karena data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal	Mean	.0000000

Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.78704582
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.058
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

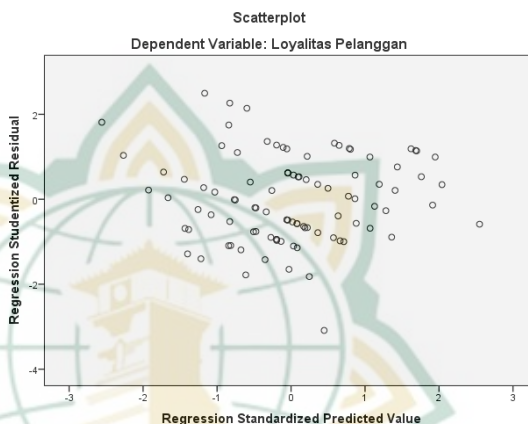
Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov smirnov*, didapatkan nilai *Asym.Sig (2-tailed)* sebesar 0,057 > 0,05. Maka kesimpulannya data penelitian berdistribusi normal.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*). Jika terdapat pola-pola tertentu, seperti titik yang menciptakan suatu pola yang tertata (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas, dan jika tidak

ada titik yang jelas dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar 4.4, dapat diketahui bahwa titik-titik pada gambar tidak membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), titik-titik pada gambar menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Hasil Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini dipakai untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti. Dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel kualitas layanan, harga, lokasi terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t _{hitung}	Sig.
Konstanta	7,830	3,319	0,001
Kualitas Layanan	0,092	0,954	0,342
Harga	0,168	1,843	0,068
Lokasi	0,501	5,108	0,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien yang ditampilkan pada tabel 4.16. bentuk persamaan regresi linier berganda yang didapat yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
$$Y = 7,830 + 0,092 X_1 + 0,168 X_2 + 0,501 X_3 + e$$

- Dimana :
- Y : Variabel dependen loyalitas pelanggan
 - a : Bilangan konstanta regresi berganda
 - X₁ : Variabel independen kualitas layanan
 - X₂ : Variabel independen harga
 - X₃ : Variabel independen lokasi
 - b₁ : Koefisien regresi variabel kualitas layanan
 - b₂ : Koefisien regresi variabel harga
 - b₃ : Koefisien regresi variabel lokasi
 - e : Standart erorr (tingkat kesalahan)

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, interpretasi yang didapat sebagai berikut :

a = nilai konstanta sebesar 7,830, artinya jika tidak terdapat variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) (bernilai 0), maka variabel loyalitas pelanggan (Y) akan mempunyai nilai sebesar 7,830.

b_1 = Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas layanan (X_1) adalah sebesar 0,092 berarah positif. Artinya apabila variabel kualitas layanan (X_1) meningkat satu satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,092 kali. Maka semakin baik kualitas layanan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan.

b_2 = Nilai koefisien regresi pada variabel harga (X_2) adalah sebesar 0,168 berarah positif. Artinya apabila variabel harga (X_2) meningkat satu satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,168 kali. Oleh karena itu, semakin baik harga maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

b_3 = Nilai koefisien regresi pada variabel lokasi (X_3) sebesar 0,501 berarah positif. Artinya jika variabel harga (X_3) meningkat satu satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,501 kali. Oleh karena itu, semakin baik

lokasi, semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

2) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yaitu kualitas layanan (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y). Untuk menentukan apakah variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y, dicari terlebih dahulu nilai F_{tabel} nya, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 4 - 1 = 3$. $df_2 = (n - k - 1) = (97 - 3 - 1) = 93$. Sehingga didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,70.⁴ Kriteria pengujian uji F adalah jika nilai Sig. > 0,05, atau $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, dan jika nilai Sig. < 0,05, atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ H_0 ditolak. Berikut hasil output uji F

Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	139.050	3	46.350	14.060	.000 ^b
Residual	306.579	93	3.297		
Total	445.629	96			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

⁴ <https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/04/tabel-f-0-05.pdf> diakses pada 07 Juli 2021

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Layanan, Harga

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 mengenai uji F, didapatkan hasil nilai F_{hitung} sebesar 14,060 dan nilai sig. sebesar 0,000. Maka nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (2,70). Dan nilai sig. < 0,05. Maka hasil pengujian tersebut adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen yang meliputi kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Maka dapat dinyatakan hipotesis keempat diterima.

3) Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y), dan variabel independen adalah kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3). Tabel berikut merupakan hasil output dari pengujian koefisien determinasi (R^2) :

Tabel 4.18 Hasil Koefisien
Determinasi

Model Summary

Mo del	R	R Squ are	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 _a	.312	.290	1.816

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas
Layanan, Harga

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau bisa dilihat pada kolom *R Square*⁵ adalah sebesar 0,312 atau sebesar 31,2%. Dengan demikian kualitas layanan, harga dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo sebesar 31,2% dan sisanya sebesar 68,8% adalah pengaruh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

4) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (X) secara tersendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Untuk mendapatkan kesimpulan dari output hasil uji t, maka dicari terlebih dahulu nilai t_{tabel} , dengan perhitungan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = t(0,05/2 ; 97-3-1)$$

$$t_{tabel} = t(0,025 ; 93)$$

⁵ <https://junaidichaniago.wordpress.com/2008/07/03/memahami-output-regresi-dari-excel/> diakses pada 07 Juli 2021.

$t_{\text{tabel}} = 1,98580$
dimana (n) adalah jumlah sampel,
(k) jumlah variabel independen,
sehingga didapat nilai t_{tabel} sebesar $1,98580^6$ dari tabel distribusi ke 93 pada $\alpha=0,025$. Dasar pengambilan kesimpulannya adalah apabila tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$: maka H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dan apabila tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$: maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandar dized Coefficien ts		Standardi zed Coefficie nts	T	Sig.
	B	Std. Erro r	Beta		
1 (Constan t)	7.830	2.359		3.319	.001
Kualit as	.092	.096	.086	.954	.342
Layan an					
Harga	.168	.091	.166	1.843	.068
Lokas i	.501	.098	.463	5.108	.000

⁶ <https://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/04/tabel-t.pdf>
diakses pada 07 Juli 2021.

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Hasil pengujian hipotesis dari tabel 4.19 adalah sebagai berikut:

a) Hipotesis Pertama : kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo

Hasil uji t variabel kualitas layanan (X_1) diperoleh nilai Beta sebesar 0,089 yang artinya kualitas layanan mempunyai kepekaan yang masih sangat rendah terhadap loyalitas pelanggan karena nilainya masih jauh dari angka 1. Kemudian untuk nilai t_{hitung} sebesar 0,954 dan nilai signifikansi sebesar 0,342. Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,954 < 1,98580) dan nilai signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berarti hipotesis pertama ditolak.

b) Hipotesis Kedua : harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo

Hasil uji t variabel harga (X_2) diperoleh nilai Beta sebesar 0,166 yang artinya harga mempunyai kepekaan yang masih sangat rendah

terhadap loyalitas pelanggan karena nilainya masih jauh dari angka 1. Kemudian untuk nilai t_{hitung} sebesar 1,843 dan nilai signifikansi sebesar 0,068. Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,843 < 1,98580) dan nilai signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, artinya harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berarti hipotesis kedua ditolak.

c) Hipotesis Ketiga : lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo

Hasil uji t variabel lokasi (X_3) diperoleh nilai Beta sebesar 0,463 yang artinya kualitas layanan mempunyai kepekaan masih rendah terhadap loyalitas pelanggan karena nilainya masih jauh dari angka 1. Kemudian untuk nilai t_{hitung} sebesar 5,108 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,108 > 1,98580) dan nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berarti hipotesis ketiga diterima.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, nilai koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,092 dan bernilai positif. Hasil uji parsial menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,954 < 1,98580$) dan nilai signifikansi sebesar 0,342 (nilai signifikansi $> 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berdasarkan hasil uji yang sudah dilakukan maka untuk hipotesis pertama **ditolak**.

Hal ini berarti meningkatnya kualitas layanan yang diberikan Agen JNE Sukolilo diindikasikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil jawaban responden dalam variabel kualitas layanan, menunjukkan bahwa pernyataan nomor 5 (pegawai Agen JNE Sukolilo memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan) dengan nilai rata-rata terendah adalah sebesar 3,98. Pernyataan nomor 5 ini merupakan dimensi perhatian dalam kualitas layanan, dimensi perhatian mempunyai hubungan langsung antara perusahaan dengan konsumen. Tetapi dari hasil jawaban responden, perhatian yang diberikan karyawan Agen JNE Sukolilo kepada pelanggan masih rendah.

Dari pernyataan nomor 5, 18 responden menjawab sangat setuju, 59 responden menjawab setuju, 20 responden menjawab kurang setuju. Ini artinya bahwa tidak semua responden mendukung pernyataan nomor 5,

masih ada 20 responden yang menganggap perhatian pegawai Agen JNE Sukolilo masih rendah. Jawaban responden ini di perkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan peneliti di Agen JNE Sukolilo, admin Agen JNE Sukolilo kurang aktif berinteraksi dengan pelanggan. Dalam proses mengentry paket, admin hanya melakukan beberapa obrolan saja, seperti isi pakatnya apa dan hendak menggunakan service apa. Hal inilah yang mendukung hasil penilaian dimensi perhatian terhadap Agen JNE Sukolilo rendah. Untuk meningkatkan dimensi perhatian, admin bisa melakukan obrolan lebih aktif lagi, mulai dari menanyakan rumahnya, menawarkan untuk menjadi member di JNE dengan kartu JLC, kesibukan sehari-harinya, jika pengirim merupakan olshop maka bisa bertanya seputar barang yang di jual, dan pertanyaan lainnya.

Dengan adanya komunikasi yang baik dari pegawai Agen JNE Sukolilo kepada pelanggan maka akan menciptakan layanan yang memuaskan dan tentram. Seperti yang diajarkan dalam Islam, bahwa sejatinya bisnis bukan hanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan, melainkan dibalik kerjasama tersebut ada nilai silaturahmi untuk saling menjaga jalinan persaudaraan. Maka dari itu pegawai Agen JNE Sukolilo harus bisa berkomunikasi dengan baik untuk memberikan perhatian kepada pelanggannya.

Tidak hanya memperhatikan dimensi perhatian saja dalam mewujudkan kualitas layanan yang memuaskan bagi pelanggan, melainkan harus memperhatikan dimensi-dimensi pendukung kualitas layanan lainnya. Ketika

dimensi-dimensi tersebut sudah diberikan dengan baik, akan mendorong hadirnya rasa puas dari pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller, bahwa kualitas layanan merupakan keseluruhan karakteristik dan sifat produksi atau pelayanan yang berdampak pada kemampuannya untuk memuaskan keinginan yang dinyatakan atau tersirat.⁷ Dari pernyataan Kotler dan Keller tersebut, menunjukkan bahwa kualitas layanan akan memberikan dampak kepuasan terhadap pelanggan, sedangkan dari hasil jawaban responden pada pernyataan nomor 5 menunjukkan bahwa belum semua responden merasakan kepuasan dari layanan yang diberikan Agen JNE Sukolilo. Hal inilah yang memperkuat hipotesis pertama bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo karena ada beberapa pelanggan yang belum merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Agen JNE Sukolilo.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Evan Chandra kusuma mengenai Pengaruh Nilai yang Diterima Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator dan Gender Sebagai Moderator (Studi Pada PT. KAI Malang) yang menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan secara langsung tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

⁷ Setya Ayu Diasari, "Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan," 4.

2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, nilai koefisien regresi harga sebesar 0,168 dan bernilai positif. Hasil uji parsial menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,843 < 1,98580$) dan nilai signifikansi sebesar 0,068 (nilai signifikansi $> 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, artinya harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka untuk hipotesis kedua **ditolak**.

Hal ini berarti meningkat atau tidaknya harga atau biaya ongkir di Agen JNE Sukolilo diindikasikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun, semakin tingginya ongkir yang ditetapkan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan. Hal ini diperjelas dengan hasil jawaban responden dalam kuesioner mengenai variabel harga. Berdasarkan hasil jawaban responden dalam variabel harga, menunjukan bahwa pernyataan nomor 3 (JNE sering memberikan potongan ongkir/diskon) dengan nilai rata-rata terendah yaitu sebesar 2,41. Kemudian nilai rata-rata terendah setelah pernyataan nomor 3 adalah pernyataan nomor 1 (pelanggan tidak memperhitungkan biaya ongkir sebelum mengirim paket) dengan nilai rata-rata sebesar 2,89. Pada pernyataan nomor 1 dan 3 ini merupakan pernyataan dari dimensi *Price consciousness* yaitu keengganan konsumen membayar harga yang lebih tinggi untuk sebuah produk, dengan kata lain adalah konsumen lebih

mementingkan produk dengan harga yang relatif murah.⁸

Dari pernyataan nomor 1, 33 responden menjawab kurang setuju, 31 menjawab tidak setuju dan 5 menjawab sangat tidak setuju. Ini artinya bahwa 69 responden masih memperhitungkan ongkir terlebih dahulu dalam mengirim paket. Dengan kata lain bahwa responden lebih tertarik dengan ongkir yang terjangkau. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Agen JNE Sukolilo, pelanggan yang mempunyai online shop lebih dominan menggunakan service OKE (ekonomis). Service OKE ini merupakan service dengan biaya ongkir cukup murah, karena beberapa online shop menanggung biaya ongkir paket tersebut sehingga mereka lebih sering menggunakan service OKE. Kemudian untuk pelanggan-pelanggan yang hendak mengirim paket dengan berat yang besar, mereka lebih tertarik dengan service JTR, yaitu service dengan perhitungan per 10 kg, jadi biaya ongkirnya lebih murah dibandingkan dengan service lainnya. Dari pemilihan service yang digunakan pelanggan, menunjukkan bahwa pelanggan lebih tertarik dengan biaya ongkir yang terjangkau.

Kemudian dari pernyataan nomor 3, 38 responden menjawab kurang setuju, 42 responden tidak setuju, dan 11 responden sangat tidak setuju. Artinya 91 responden belum mendapatkan fasilitas potongan ongkir atau diskon. Berdasarkan hasil observasi yang

⁸ Mukhamad Najib dan Dharmawan Ssntoso, "Pengaruh Price Consciousness, Value Consciousness, Quality Variation, Trust dan Private Label Attitude terhadap Purchase Intention pada Produk Pangan dengan Private Label," 282.

dilakukan peneliti di Agen JNE Sukolilo, potongan ongkir atau diskon diberikan ketika ada peringatan hari-hari besar, seperti hari natal, tahun baru, dan hari jadi pada kota-kota besar. Selain hari-hari tersebut maka tidak ada diskon di JNE. Tetapi pelanggan bisa mendapatkan diskon diluar hari-hari tersebut dengan cara pelanggan harus mempunyai kartu JLC, dengan mempunyai kartu JLC maka pelanggan akan mendapatkan poin setiap melakukan pengiriman, dan poin tersebut akan di akumulasikan, kemudian bisa ditukarkan voucher gratis ongkir dan voucher lainnya yang ada di web www.jlc.jne.co.id. Namun, masih banyak pelanggan yang belum mempunyai kartu JLC, sehingga pelanggan tidak bisa mendapatkan poin ketika mengirim paket, dimana poin tersebut yang bisa ditukarkan dengan voucher gratis ongkir.

Sependapat dengan yang dijelaskan oleh Tjiptono bahwa harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa.⁹ Dan juga pendapat Hasan tentang harga merupakan seluruh bentuk biaya moneter yang dikorbankan konsumen untuk mendapat, mempunyai, menggunakan sejumlah kombinasi dari produk beserta pelayanan dari suatu produk.¹⁰ Maka dari itu pelanggan sejatinya selalu ingin memperoleh harga yang terjangkau.

⁹ Chando Martua, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman AB Cargo,” 12.

¹⁰ Sarini Kodu, “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza,” 1252.

Penetapan harga atau biaya ongkir yang terjangkau juga harus dilihat dari segi keadilannya supaya sama-sama memberikan keuntungan. Seperti yang di ungkapkan oleh Ibn Taymiyyah bahwa “harga yang adil adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya ataupun jasa dan diterima secara umum sebagai hal yang sebanding dengan barang atau jasa yang dijual ataupun yang sejenis lainnya di tempat lain atau pada waktu yang berbeda.” Penetapan harga yang adil membawa keberkahan bagi bisnis dan konsumen dan juga menjadikan persaingan yang sehat antar perusahaan.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan tahun 2016 mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa dimana pada hasil uji t dan F yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hasil analisis menggunakan regresi linier berganda, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sedangkan variabel harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini juga berlawanan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Henny Dwijayanti dan Intan Yaresti tahun 2018 mengenai Mendorong Loyalitas Pelanggan dengan Analisis Keragaman Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Toko, menunjukkan hasil bahwa keragaman produk dan persepsi harga memberikan pengaruh langsung dan dapat dirasakan oleh pelanggan sehingga memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan variabel

lokasi tidak dirasakan langsung oleh pelanggan sehingga variabel lokasi tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, nilai koefisien regresi harga sebesar 0,168 dan bernilai positif. Hasil uji parsial menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,108 > 1,98580$) nilai signifikansi sebesar 0,000 (nilai signifikansi $< 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Berdasarkan hasil uji yang sudah dilakukan maka untuk hipotesis ketiga **diterima**.

Lokasi menjadi elemen penting yang ada dalam bisnis. Pemilihan lokasi yang tepat, akan memberikan dampak yang positif bagi bisnis. Lokasi Agen JNE Sukolilo rupanya memberikan dampak terhadap loyalitas pelanggannya, berbagai dimensi dari lokasi mulai dari akses, penerangan, lalu lintas di sekitar lokasi bisnis, tempat parkir, peluang ekspansi usaha, lingkungan di sekitar lokasi usaha, hingga persaingan disekitar lokasi usaha rupanya sangat memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo.

Dari hasil jawaban responden pada variabel lokasi, pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling tinggi adalah pernyataan nomor 1

(lokasi Agen JNE Sukolilo mudah dijangkau) sebesar 4,30. Dengan 32 responden menjawab sangat setuju, 62 responden menjawab setuju, dan 3 responden menjawab kurang setuju. Hal ini berarti responden bisa dengan mudah menjangkau Agen JNE Sukolilo. Dari 97 responden, 50 diantaranya bertempat tinggal di Desa Sukolilo, hal inilah yang memperkuat pernyataan nomor 1 mendapatkan nilai rata-rata tertinggi. Mudah dijangkau disini berarti lokasi Agen JNE Sukolilo dekat dari rumah pelanggan, lokasi Agen JNE Sukolilo berada di pinggir jalan sehingga mudah untuk ditemui dan tidak masuk kedalam gang. Sehingga pelanggan bisa dengan mudah mendatangi lokasi Agen JNE Sukolilo.

Karena lokasi memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Sukolilo, maka Agen JNE Sukolilo perlu meningkatkan aspek-aspek yang mendukung lokasi tersebut. Dari hasil jawaban responden, pernyataan nomor 3 (terdapat lokasi parkir yang cukup aman dan luas di Agen JNE Sukolilo) dengan nilai rata-rata terendah yaitu sebesar 2,57. Dimana 8 responden setuju, 51 responden kurang setuju, 26 responden tidak setuju dan 12 responden sangat tidak setuju. Secara keseluruhan ada 89 responden yang menentang pernyataan nomor 3, artinya dilihat dari aspek tempat parkir, Agen JNE Sukolilo harus meningkatkan aspek ini untuk mendapatkan dukungan yang baik dari pelanggan. Berdasarkan hasil observasi peneliti di Agen JNE Sukolilo, tempat parkir yang tersedia hanya muat untuk 5 motor, dan lokasinya terlalu dekat dengan jalan raya sehingga kurang aman untuk dijadikan tempat parkir. Sedangkan ketika pagi hari, ada kurir yang akan menyiapkan paket

untuk dikirim ke penerima sehingga tempat parkir untuk pelanggan hampir tidak tersedia.

Maka diharapkan untuk Agen JNE Sukolilo mengadakan ekspansi lokasinya untuk memberikan lokasi parkir yang luas dan aman bagi para karyawan dan pelanggan terutama. Penting bagi Agen JNE Sukolilo untuk mengadakan ekspansi lokasinya karena lokasi menurut Lupiyoadi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkenaan dengan dimana proses produksi dan karyawan akan ditempatkan.¹¹ Dan di Agen JNE Sukolilo adalah tempat dimana admin memberikan layanan kepada pelanggan dan tempat dimana kurir harus melakukan sortir paket sehingga tempat yang ada harus nyaman dan luas.

Selain harus nyaman dan luas, hal lain yang perlu diperhatikan dalam mendirikan lokasi bisnis adalah memastikan tidak akan merugikan bagi lingkungan sekitarnya. Islam mengajarkan kepada manusia untuk menjaga dan melindungi lingkungannya. Oleh sebab itu, pendirian lokasi Agen JNE Sukolilo selain harus nyaman dan luas juga harus aman bagi lingkungan sekitarnya, mengingat lokasi Agen JNE Sukolilo berada di pinggir jalan raya dan dekat dengan permukiman warga.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Dulkatif, Andi Tri Haryono dan Moh Mukeri tahun 2016 mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study PT Noken Mulia, yang menunjukkan hasil bahwa

¹¹ Elly Rahayu, "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran," 9.

loyalitas pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan lokasi. Namun penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Henny Dwijayanti dan Intan Yaresti tahun 2018 mengenai Mendorong Loyalitas Pelanggan dengan Analisis Keragaman Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Toko, menunjukkan hasil bahwa keragaman produk dan persepsi harga memberikan pengaruh langsung dan dapat dirasakan oleh pelanggan sehingga memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan variabel lokasi tidak dirasakan langsung oleh pelanggan sehingga variabel lokasi tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

