

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA J&T EXPRESS CABANG SIPIROK**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

SAMSUDDIN ALIAMSyah SIREGAR

NIM. 18 402 00153

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA J&T EXPRESS CABANG SIPIROK**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

SAMSUDDIN ALIAMSyah SIREGAR

NIM. 18 402 00153

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA J&T EXPRESS CABANG SIPIROK**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

SAMSUDDIN ALIAMSyah SIREGAR

NIM. 18 402 00153

Pembimbing I

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261 99503 2 001

Pembimbing II

Risna Hairani Sitompul, M.M
NIDN. 0119038306

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

Hal : Skripsi

Padangsidempuan, 10 Juni 2025

a.n **Samsuddin Aliamsyah** Kepada Yth:

Siregar

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN SYAHADA Padangsidempuan

di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Samsuddin Aliamsyah Siregar yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok”** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang Munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan Skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PEMBIMBING I



Dra. Hj. Replita, M.Si
NIP. 196905261 99503 2 001

PEMBIMBING II



Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Samsuddin Aliamsyah Siregar**
NIM : 1840200153
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Sipirok**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 3 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 10 Juni 2025



SAMSUDDIN ALIAMSyah SIREGAR
NIM. 18 402 00153

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Samsuddin Aliamsyah Siregar

NIM : 18 402 00153

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok ”. Dengan Hak Bebas Royalti Nonekklusif ini, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 10 Juni 2025

yang menyatakan,


SAMSUDDIN ALIAMSYAH SIREGAR
NIM. 18 402 00153



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Samsuddin Aliamsyah Siregar
NIM : 18 402 00153
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok

Ketua

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

H. Ali Hardana, M.Si
NIDN. 2013018301

Anggota

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIDN. 2026056902

H. Ali Hardana, M.Si.
NIDN. 2013018301

Ella Zefriani Lisna Nasution, M.Si.
NIDN. 2016109303

Indah Sari, M.E.
NIDN. 2025049403

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu / 18 Juni 2025
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 78,25 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,31
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok
NAMA : Samsuddin Aliamsyah Siregar
NIM : 18 402 00153

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Padangsidempuan, 03 Maret 2026

Dekan.




Prof. Dr. Darwis Harahap, S. HI., M. Si
NIP 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Samsuddin Aliamsyah Siregar
NIM : 18 402 00153
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya persaingan antar perusahaan jasa pengiriman barang serta pentingnya membangun loyalitas pelanggan sebagai kunci keberlanjutan bisnis. J&T Express sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman terkemuka menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan terkait kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden pelanggan J&T Express Cabang Sipirok. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan (Y). Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil analisis menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap setia menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Name : Samsuddin Aliamsyah Siregar
Reg. Number : 18 402 00153
Thesis Title : **The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at J&T Express Sipirok Branch.**

This study aims to determine the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at J&T Express, Sipirok Branch. The background of this research stems from the intense competition among logistics service providers and the importance of building customer loyalty as a key to business sustainability. As one of the leading delivery service companies, J&T Express faces challenges in meeting customer expectations, particularly in terms of service quality and customer satisfaction. A quantitative research approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to 96 customers of J&T Express in Sipirok. The independent variables in this study are service quality (X1) and customer satisfaction (X2), while the dependent variable is customer loyalty (Y). The data were analyzed using validity and reliability tests, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression, and hypothesis testing (t-test and F-test). The results show that both partially and simultaneously, service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. These findings indicate that higher service quality and greater customer satisfaction lead to a higher likelihood of customers remaining loyal to J&T Express.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

ملخص البحث

اسم : شمس الدين عليامسيه سيريجار
رقم التسجيل : 1840200153
عنوان الرسالة : تأثير جودة الخدمة ورضا العملاء إلى ولاء العملاء في جاي ان تي إكسبريس فرع سيبيروك.
إكسبريس فرع سيبيروك.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير جودة الخدمة ورضا العملاء على ولاء العملاء في جاي ان تي إكسبريس فرع سيبيروك. تستند خلفية هذا البحث إلى المنافسة العالية بين شركات خدمات الشحن وأهمية بناء ولاء العملاء كمفتاح لاستدامة الأعمال. تواجه جاي ان تي إكسبريس كواحدة من مزودي خدمات التوصيل الراندين تحديات في تلبية توقعات العملاء فيما يتعلق بجودة الخدمة ورضا العملاء. تستخدم هذه الدراسة نهجا كميًا مع تقنيات جمع البيانات من خلال استبيانات موزعة على 96 مستجيبًا من عملاء جاي ان تي إكسبريس فرع سيبيروك. كانت المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة هي جودة الخدمة ورضا العملاء، بينما كان المتغير المرتبط هو ولاء العملاء. تضمنت تقنيات تحليل البيانات المستخدمة الصلاحية والموثوقية والطبيعية والتعددية الخطية وعدم التغير والانحدار الخطي المتعدد واختبارات الفرضيات (اختبار ت واختبار ف). تظهر نتائج التحليل أن جودة الخدمة ورضا العملاء لهما تأثير كبير على ولاء العملاء. تشير هذه النتائج إلى أنه كلما ارتفعت جودة الخدمة ومستوى الرضا الذي يشعر به العملاء، زادت احتمالية بقاء العملاء مخلصين لخدمات التوصيل جاي ان تي إكسبريس.

الكلمات المفتاحية: رضا العملاء، جودة الخدمة، ولاء العملاء.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepadainsan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sapirok”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA).

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) serta Bapak Prof.Dr.Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA), Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Serta seluruh civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA).
4. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si, selaku Pembimbing I dan Ibu Risna Hairani Sitompul, MM, selaku Pembimbing II, peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai

perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Alm. Ayahanda tercinta Maratua Siregar dan Ibunda Nur Asima Siregar yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini. Memberikan doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti. Terima kasih kepada kakak tercinta Desi Safitrah Siregar dan Julianti Siregar, kepada abang tercinta Salpian Siregar serta kepada adik tercinta Nurhidayah Siregar, dan Yusni Emila Siregar yang telah mendukung penuh peneliti dalam proses perkuliahan sampai tahap akhir serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Doa dan usahanya yang tidak kenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Terimakasih kepada sahabati Paisah Nurul Hidayah yang sudah bersedia memberikan pikiran selama dalam proses penulisan penelitian serta

memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti.

9. Terima kasih kepada Sahabat-sahabati Kader Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) yang ikut serta dalam memberikan motivasi, masukan, dan dorongan semangat kepada peneliti.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 10 Juni 2025

Peneliti

Samsuddin Aliamsyah Siregar
NIM. 18 402 00153

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa	Ḍ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...آ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan

dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ى, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “i” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keuangan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI

LEMBAR DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH

LEMBAR PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI.....	12
A. Kajian Teori.....	12
1. Loyalitas Pelanggan	12
2. Kualitas Pelayanan.....	18
3. Kepuasan Pelanggan	23
4. Keterkaitan Antar Variabel.....	30
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir.....	40
D. Hipotesis.....	43
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
B. Jenis Penelitian	45
C. Populasi Dan Sampel	45
D. Teknik Pengumpulan data	47
E. Teknik Analisis Data	49
BAB IV.....	56
HASIL PENELITIAN	56

A.	Gambaran Umum Perusahaan	56
1.	Sejarah Berdiri Perusahaan	56
2.	Visi dan Misi J&T Express	57
3.	Struktur Organisasi	58
B.	Deskripsi Data Penelitian	59
C.	Analisis Data	62
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	72
1.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Sipirok.....	72
2.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok	74
3.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok	75
E.	Keterbatasan Penelitian	76
	BAB V	78
	PENUTUP	78
A.	Kesimpulan.....	78
B.	Saran.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jasa Pengiriman Favorit Gen Z di Indonesia.....	3
Tabel I. 2 Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III. 1 Pengukuran Skala Likert.....	48
Tabel III. 2 Kisi-Kisi Angket.....	48
Tabel IV. 1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	59
Tabel IV. 2 Jumlah Responden Menurut Usia.....	60
Tabel IV. 3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan.....	61
Tabel IV. 4 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	61
Tabel IV. 5 Uji Validitas Kualitas Layanan (X1).....	62
Tabel IV. 6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X2).....	63
Tabel IV. 7 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
Tabel IV. 8 Uji Reliabilitas Data.....	65
Tabel IV. 9 Uji Normalitas Data.....	65
Tabel IV. 10 Uji Multikolinearitas Data.....	66
Tabel IV. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel IV. 12 Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel IV. 13 Uji Hipotesis dengan Uji t.....	69
Tabel IV. 14 Uji Hipotesis dengan Uji f.....	71
Tabel IV. 15 Hasil Uji Koefisien Determiasi (R^2).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka berpikir.....	41
Gambar IV. 1 Bagan Struktur Organisasi J&T Express Sipirok.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner/Angket

Lampiran 2 Hasil Output SPSS

Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 4 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkat perkembangan ekonomi dunia di tandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan. Disisi lain beban tugas pemerintah semakin berat karena semakin tingginya tuntutan peningkatan kesejahteraan rakyat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jalur darat jumlahnya cukup banyak dari perusahaan kecil yang berskala kecil sampai perusahaan asing berskala besar yang memiliki kantor cabang di mancanegara.

Pengiriman barang merupakan kebutuhan yang penting bagi semua orang, baik sebagai pelanggan maupun penyedia layanan. Proses pengiriman yang mudah dan tersedia secara luas telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya bisnis online. Pengiriman merupakan elemen kunci dalam rantai bisnis online dan pertumbuhan industri logistik telah memberikan manfaat bagi pelaku bisnis di berbagai kota besar dan daerah. Hal ini karena pelaku bisnis online sudah tersebar luas di seluruh Indonesia, baik di perkotaan maupun di daerah, sehingga permintaan akan layanan pengiriman merata di seluruh negeri. Perkembangan bisnis online membuka peluang besar dan menjanjikan bagi perusahaan jasa. Penawaran jasa kepada pelanggan harus didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, oleh karena itu J&T Express harus memperhatikan setiap hal

yang dianggap penting oleh pelanggan.

Tingginya permintaan terhadap jasa logistik mendorong persaingan antara perusahaan jasa sejenis dengan perusahaan jasa yang berlomba-lomba meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan dengan harga yang kompetitif. Salah satu perusahaan pengirimannya adalah J&T Express yang merupakan perusahaan yang masih terbilang baru sejak tanggal 20 Agustus 2015, J&T Express menyediakan layanan pengambilan paket secara gratis tanpa biaya dan dengan batas berat minimum ke tempat penjual. Ini sangat praktis bagi penjual online yang tidak memiliki banyak karyawan. Selain itu, permintaan pengambilan barang juga dapat dilakukan melalui situs web, pusat panggilan, dan aplikasi J&T Express.¹

Persaingan yang semakin ketat antara pelaku jasa pengiriman mulai dari Shopee Express, JNE, SiCepat, Ninja Express dan lain-lain merupakan tantangan bagi J&T Express. Masalah yang terjadi dikarenakan adanya berbagai alternatif pilihan yang berkenaan dengan pemenuhan kebutuhannya terhadap jasa pengiriman barang, tentunya tidak mudah bagi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk terus menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Jika tidak diatasi dengan baik maka perusahaan akan berdampak pada penurunan omset perusahaan.

¹ Heras Fatin Noveiana dan Munarsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Duta Mas Jakarta Barat" 8, no. 1 (2024): 2.

Tabel I.1 Jasa Pengiriman Favorit Gen Z di Indonesia

No	Jasa Ekspedisi	Online Shipping	Personal Shipping
1	J&T Express	58 %	55 %
2	Shopee Express	32 %	18 %
3	JNE	27 %	34 %
4	SiCepat	23 %	17 %
5	Ninja Express	4 %	3 %

Sumber: survey populix 2023

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa J&T Express merupakan salah satu Top Brand menurut gen Z yang menduduki peringkat atas.²

J&T Express menyediakan berbagai layanan pengiriman paket dan dokumen dengan jaringan yang luas, mencakup 23.000 *outlet* di seluruh Indonesia. Di Kabupaten Tapanuli Selatan, cabang JNT Expres memiliki 8 *outlet*, yang dapat menjadikannya sebagai salah satu penyedia layanan terbesar di wilayah tersebut. Mengingat jumlah cabang di Tapanuli Selatan cukup banyak, maka penelitian ini dapat difokuskan untuk dilaksanakan pada JNT Expres pada cabang Sipirok, hal ini dikarenakan pada cabang tersebut menghadapi tantangan dalam hal kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan.

Loyalitas merupakan respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis

² Rizky Edi Nurdiansyah, Yayan Hendayana, dan Ari Sulistyowati, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan J&T Express Babelan," *Vol.2*, no. 8 (2024): 287.

dan merupakan fungsi proses psikologis. Perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku membeli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan, tidak melibatkan aspek afektif di dalamnya Dharmesta. Loyalitas terjadi ketika pelanggan mendapatkan kepuasan, kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepercayaan, serta komitmen emosional dengan suatu Perusahaan. Sering terjadi masalah ketika keempat kategori tersebut tidak tercapai misalnya dalam suatu perusahaan jasa kirim seorang pelanggan dalam proses pengiriman barang yang di inginkannya datang terlambat sehingga menghilangkan kepercayaan dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan.³

Kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan juga merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.⁴

Salah satu fenomena tentang kualitas layanan menjadi penyebab terjadi keraguan pelanggan yakni kurangnya *cash counter* yang melayani pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok sehingga pelanggan harus

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 149.

⁴ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 120-122.

antri lama untuk mendapat pelayanan dari jasa pengiriman tersebut karena tidak maksimalnya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka pelanggan berfikir dua kali untuk kembali mengirim pada tempat tersebut dan mereka lebih baik mencari tempat pengiriman yang lain dan lebih baik pelayanannya, adanya persaingan yang ketat dan banyaknya alternatif pilihan jasa pengiriman sehingga pelanggan semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman. Mengantisipasi keadaan tersebut adalah bagaimana menciptakan nilai dan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih menyatakan bahwa Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.⁵ Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian, menyatakan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam.⁶

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi subjektif yang dapat dilakukan oleh konsumen setelah mengalami produk atau layanan tertentu. Hal ini melibatkan perbandingan antara ekspektasi konsumen dan kinerja nyata produk. Jika produk tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan, ini dapat menciptakan perasaan senang dan puas. Kepuasan

⁵ Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2," Vol. 1, no. 3 (2023): 199.

⁶ Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam" Vol.7 No.1 (2024): hlm. 1243.

pelanggan bukan hanya tentang produk itu sendiri, tetapi juga tentang pengalaman konsumen secara keseluruhan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk dan pengalaman yang mereka dapatkan, mereka lebih cenderung untuk tetap loyal terhadap merek tersebut.⁷

Kepuasan hanyalah salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas konsumen. Memperbaiki hubungan antara *service performance*, kepuasan pelanggan, dan intensi pembelian konsumen yang tercermin melalui loyalitas. Banyak sekali perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang baik perusahaan negeri maupun swasta.⁸

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatmawati dan Susila menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng.⁹ Hal ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Reynaldi Dwi Prastio menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung yang positif signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang.¹⁰

Hasil wawancara dengan Baginda Siregar, Saudara ini mengatakan bahwa kurang puas dengan pelayanan J&T Express Sipirok dikarenakan paket saudara ini sering datang terlambat, tidak sesuai dengan estimasi yang tertera, hal ini menyebabkan beliau kurang percaya dengan jasa pengiriman

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 153.

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 153.

⁹ Fatmawati dan Susila, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng" Vol. 8 No. 3(2022): hlm. 572.

¹⁰ Reynaldi Dwi Prastio, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang)" (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm. 132.

J&T Express Sipirok. Hasil wawancara dengan pelanggan lain yakni dengan saudara Jalaluddin Siregar, saudara ini mengatakan bahwa layanan dari J&T Express Sipirok lumayan bagus, terlebih dengan sikap kurir yang cukup ramah dan selalu menghubungi beliau saat pengantaran paket, saudara ini pernah mengalami paket yang sempat tertukar dengan paket milik orang lain, namun hal ini cepat ditangani oleh customer service J&T Express Sipirok sehingga paket beliau berhasil dikembalikan dan sampai saat ini beliau masih memakai jasa pengiriman dari J&T Express Sipirok.

Dari fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang dihadapi oleh J&T Express Cabang Sipirok yaitu:

1. Kurang tepatnya waktu pengiriman barang oleh petugas J&T Express yang belum sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Seringnya salah alamat yang dilakukan oleh petugas J&T Express yang mengakibatkan keterlambatan waktu penyampaian barang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dan supaya peneliti ini lebih fokus membahas topik penelitiannya, maka peneliti membatasi masalah pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok di Tapanuli Selatan.

D. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Ada 3 Variabel dalam penelitian ini, yaitu : Loyalitas Pelanggan (Y), Kualitas layanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2).

Tabel I. 2 Defenisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya ”Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. ¹¹	a. Mengatakan hal yang positif b. Merekomendasikan kepada orang lain c. Pembelian yang dilakukan secara terus menerus ¹²	Likert

¹¹ Reynaldi Dwi Prastio, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang” (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm. 52.

¹² Eka Rahma Safitri, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam” (Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 32-33.

Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal yang disediakan oleh perusahaan pembeli pelayanan yang dimaksud dalam memecahkan masalah pelanggan. ¹³	a. Keandalan b. Jaminan c. Bukti fisik d. <i>Empaty</i> e. Daya tanggap. ¹⁴	Likert
Kepuasan pelanggan (X2)	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. ¹⁵	a. kualitas produk b. persepsi kinerja c. Penilaian pelanggan. ¹⁶	Likert

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah uraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Sipirok di Tapanuli Selatan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Sipirok di Tapanuli Selatan?

¹³ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 120-122.

¹⁴ Yuni Maxi Putri dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen di Grand Wahid Hotel Salatiga" Vol. 14 No. 1 (2021): hlm. 97.

¹⁵ Tia Juliawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Kirim J&T Expres" (2024): hlm. 47.

¹⁶ Eka Rahma Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam" (Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 25-26.

3. Apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Sapirok di Tapanuli Selatan?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Sapirok di Tapanuli Selatan.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Talasalapang Makassar J&T Express Cabang Sapirok di Tapanuli Selatan.
3. Untuk mengetahui kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Sapirok di Tapanuli Selatan.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan dapat bermanfaat untuk penelitian lebih.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat dalam proses perkuliahan.

- b) Bagi jasa pengiriman J&T Express

Agar lebih meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan merasa puas dan tetap menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

c) Bagi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Kota Padangsidempuan

Agar dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau hasanah ilmu pengetahuan khususnya mahasiswa dan pembaca pada umumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang telah dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali pada sebuah produk atau layanan yang telah disukai di masa depan maka akan terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.¹

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Loyalitas dapat didefinisikan sebagai suatu ketaatan terhadap sesuatu hal. Hurriyati menyatakan bahwasannya loyalitas pelanggan merupakan faktor pendorong dalam menambah kuantitas penjualan. Sedangkan berdasarkan pernyataan Engel loyalitas bisa juga diartikan sebagai suatu komitmen secara mendalam terhadap suatu produk ataupun layanan yang diberikan perusahaan dan memiliki kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang.²

Dengan adanya loyalitas pelanggan maka pelanggan akan memiliki potensi untuk melakukan pembelian ulang, dan bisa juga produk yang berbeda akan tetapi memiliki merek yang sama. Hal ini

¹ Aulia Afra Destrina dan Rizky Dermawan, "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar di Kota Surabaya" Vol. 4 No.3(2023): hlm, 2640.

² Reynaldi Dwi Prastio, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang" (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm. 52.

dapat dikatakan sebagai suatu perilaku pemasaran yang disebut dengan perilaku peralihan merek. Pada umumnya loyalitas pelanggan secara sederhananya diartikan sebagai pembelian ulang yang berskala secara intens. Loyalitas pelanggan merupakan suatu pembelian ulang berdasarkan komitmen yang tercipta oleh pelanggan terhadap suatu produk atau merek tertentu.³

Loyalitas pelanggan mengacu pada kesetiaan dan komitmen jangka panjang yang dimiliki pelanggan terhadap pemasok. Hal ini dibangun berdasarkan pengalaman positif karakteristik pelanggan dengan tertentu yang sangat dihargai. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan atau produk yang diberikan oleh pemasok, mereka cenderung tetap setia dan memilih untuk terus bertransaksi dengan pemasok yang sama di masa depan.⁴

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya loyalitas pelanggan adalah keadaan di mana seseorang secara konsisten membeli produk atau menggunakan jasa dari suatu tempat atau perusahaan secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan loyal adalah individu yang memiliki preferensi dan kepercayaan tinggi terhadap suatu merek atau usaha.

b. Karakteristik dan Tahapan-tahapan Loyalitas Pelanggan

³ Reynaldi Dwi Prastio, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang" (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm. 52.

⁴ Eka Rahma Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam" (Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 28-29.

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

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur;
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa;
- 3) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing;
- 4) Mereferensikan kepada orang lain.⁵

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

c. Faktor yang Mempengaruhi loyalitas Pelanggan

Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu:

- 1) Kepuasan, kepuasan pelanggan merupakan pengukuran gap antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.
- 2) Nilai yang dirasakan pelanggan, selisih antara manfaat total yang

⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 239.

dirasakan pelanggan dengan biaya total yang harus dikeluarkan.

- 3) Kualitas produk dan layanan, kemampuan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten.
- 4) Kepercayaan dan komitmen, tingkat keyakinan pelanggan terhadap integritas dan keandalan perusahaan, serta komitmen emosional yang terbangun seiring waktu.
- 5) Hubungan pelanggan, sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.⁶

d. Indikator Loyalitas Pelanggan

Terdapat beberapa indikator dalam mengukur loyalitas pelanggan, dengan penjelasan dibawah ini:

- 1) Mengatakan hal-hal yang positif (Say positive things)

Mengatakan hal yang positif dapat mencerminkan perilaku pelanggan yang memberikan ulasan positif tentang produk atau jasa kepada orang lain. Ulasan positif ini mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pengalaman mereka. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung dapat membagikan pengalaman baik mereka kepada teman, keluarga, atau rekan kerja. Hal ini bukan hanya sekadar pujian, tetapi juga bentuk

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 149.

dukungan kuat yang dapat mempengaruhi orang lain untuk mencoba produk atau jasa yang sama.

2) Rekomendasi kepada orang lain (Recommended friend)

Merekomendasikan kepada orang lain mencerminkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan. Ketika pelanggan merasa puas dan yakin akan kualitas atau manfaat suatu produk, mereka merasa nyaman merekomendasikannya kepada orang lain. Rekomendasi dari pelanggan yang sudah memiliki pengalaman positif memiliki dampak yang kuat pada suatu pembelian orang lain, karena merekalah yang membagikan pengalaman nyata tentang produk atau jasa tersebut.

3) Pembelian yang dilakukan secara terus-menerus (Continue purchasing)

Pembelian berkelanjutan menunjukkan bahwasanya pelanggan tidak hanya melakukan pembelian sekali saja, tetapi mereka terus menerus membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hal ini mencerminkan loyalitas yang kokoh terhadap merek atau layanan. Pelanggan yang melakukan pembelian secara teratur menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan kualitas, layanan, dan nilai yang diberikan oleh merek tersebut. Konsistensi dalam pembelian ini adalah bukti nyata dari

kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap merek atau produk tertentu.⁷

e. Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Islam mengatur berbagai hal dalam manusia menjalankan kehidupannya, tak terkecuali pembahasan mengenai bisnis atau perdagangan. Al-Qur'an sebagai hukum Islam mengandung berbagai hukum yang perlu diperhatikan sebagai seorang pelaku usaha maupun sebagai konsumen. Perdagangan yang baik di dalam Islam adalah perdagangan yang mengikuti syariah-syariah Islam dan sunnah Nabi Muhammad Saw. Surat Asy-syuraa ayat 181-183 yang berbunyi:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan ﴿١٨١﴾ Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus ﴿١٨٢﴾ Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan ﴿١٨٣﴾

Ayat Alquran tersebut menjelaskan bahwa seorang manusia diperintahkan untuk menyempurnakan takaran dan larangan berbuat curang dalam melaksanakan perdagangan/bisnis. Penggalan ayat tersebut menjadikan sebuah dasar bagi hukum pelaksanaan bisnis menurut syariat Islam dengan menciptakan keseimbangan sehingga

⁷ Eka Rahma Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam" (Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 32-33.

dapat mencapai sebuah tujuan bersama antara penjual dan pembeli tanpa merugikan salah satu diantaranya. Pengamalan terhadap ayat tersebut dapat menciptakan berbagai situasi positif bagi pelaku usaha maupun konsumennya, seperti adanya kepercayaan dalam diri konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan dan rasa loyalitas bagi pelanggan.⁸

Konsep loyalitas dalam Islam berarti ketundukkan mutlak kepada Allah SWT dalam bentuk implementasi penuh hukum Islam. Loyalitas pelanggan dalam Islam dapat terjadi apabila kegiatan muamalah dapat membawa manfaat bagi kedua belah pihak, karena saling memenuhi kewajiban dan hak melalui penerapan nilai-nilai Islam. Islam mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang dengan memberikan layanan berkualitas tinggi untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen dari berbagai kalangan sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan

⁸ Wardana dan Astutiningsih, "Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam" Vol. 8 No.3(2022): hlm. 2627.

konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.⁹

Laksana menyatakan bahwasannya kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai derajat perbedaan antara harapan atau keinginan pelanggan dengan persepsi mereka. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang akan diterima oleh pelanggan, dapat diekspresikan oleh besar kecilnya selisih ekspektasi/keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi pelanggan itu sendiri. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan menjadi faktor pendukung yang sangat krusial untuk menunjang perusahaan kedepannya. Seperti pernyataan yang dikemukakan Welch Kotler kualitas adalah jaminan terbaik bagi loyalitas pelanggan kita, pertahanan terkuat terhadap persaingan asing, dan pertumbuhan yang berkelanjutan.¹⁰

b. Tujuan dan Fungsi Pelayanan

⁹ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 120-122.

¹⁰ Reynaldi Dwi Prastio, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang” (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm 43-44.

Bisnis online, kualitas pelayanan berbeda dengan pelayanan di toko offline yang berada di dalam gerai. Barang yang diperjual belikan juga tidak dapat diraba secara langsung sehingga dibutuhkan pelayanan yang baik yang dapat menimbulkan kepercayaan yang tinggi. Untuk menampilkan barang yang akan dijual, lakukan pemotretan memakai kamera dengan resolusi tinggi, sehingga hasilnya memuaskan. Pembeli akan tertarik karena detail barang yang jelas disertai keterangan jelas tentang barang tersebut meliputi harga, ukuran, jumlah, dan semua informasi yang akan meyakinkan pembeli.¹¹

c. Faktor yang mempengaruhi Kualitas pelayanan

Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik yang yang mampu memuaskan kebutuhan, yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan, kualitas mencakup pula daya tahan produk, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut-atribut nilai lainnya. Beberapa atribut itu dapat diukur secara obyektif dari sudut pandangan pemasaran, kualitas harus diukur sehubungan dengan persepsi kualitas para pembeli Sebuah layanan yang diberikan oleh perusahaan maupun pelaku usaha dapat dinilai baik buruknya pelayanan tersebut dengan penelian konsumen yang telah merasakan pelayanan tersebut. Pemberian kualitas pelayanan terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan:

1. Expected Service: suatu layanan yang diharapkan oleh konsumen.

¹¹ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 120-122.

2. Perceived Service: persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan.¹²

d. Indikator kualitas pelayanan

Adapun indikator kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Keandalan (Reliability), yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, akurat dan memuaskan konsumen.
- 2) Jaminan (Assurance), yaitu hal-hal yang mencakup pengetahuan, kompetensi, sikap dan kesopanan, karakter staff yang dapat dipercaya, aman, meyakinkan dan tidak ragu-ragu.
- 3) Bukti fisik (Tangible), yaitu mencakup fasilitas, sarana dan prasarana, pegawai dan sarana komunikasi yang memadai.
- 4) Empati (Emphaty), yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian serta kepedulian dan pemahaman atas kebutuhan konsumen.
- 5) Daya tanggap (Responsiveness), yaitu kehandalan dan keinginan staff untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan peayanan dengan tanggap.¹³

e. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari suatu usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau

¹² Ferdian, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi J&T Express di Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry,2022), hlm. 28.

¹³ Yuni Maxi Putri dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen di Grand Wahid Hotel Salatiga” Vol. 14 No. 1 (2021): hlm. 97.

jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan harus yang berkualitas. Hal tersebut tertera jelas dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah: 267).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik dan bukan yang buruk. Pelayanan yang diberikan dalam sebuah bisnis islami tentu dilandasi dari hal pokok yang sangat penting meliputi hal amanah (terpercaya), serta mengetahui dan memberikan keterampilan yang bagus dan baik.

Adapun hal yang harus dimiliki dalam melakukan bisnis dalam islam adalah sebagai berikut:

- 1) Shidiq (benar atau jujur), tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai transaksi saat berbisnis. Dalam suatu pelayanan karyawan haruslah memiliki sifat kelarasan antara

apa yang disampaikan dengan apa yang dilakukan/kenyataan yang ada.

- 2) Amanah (dapat dipercaya), merupakan suatu sikap yang mencerminkan setiap orang berlaku tanggung jawab atas setiap pekerjaan yang diberikannya.
- 3) Fathanah (cerdik), merupakan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan baik. Istilah ini biasa sering disebut dengan orang yang cerdas atau pandai dimana pada saat memberikan suatu pelayanan kepada pelanggan pegawai tersebut dengan lihaihnya menjelaskan sehingga pelanggan mengerti akan maksud yang disampaikan.
- 4) Tabligh (menyampaikan), seorang pelaku bisnis Islami haruslah seorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada para pelanggannya, dan harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk/jasa dengan tidak berbohong dan menipu pelanggan.¹⁴

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah komponen yang terkait dengan nilai penciptaan pelanggan. Karena itu, ada manfaat bagi bisnis, seperti hubungan yang harmonis antara bisnis dan pelanggannya, kebijakan layanan pelanggan yang baik, atau rekomendasi dari satu pelanggan ke pelanggan lain yang menguntungkan bisnis.

¹⁴ Ferdian, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi J&T Express di Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry,2022), hlm. 35.

Kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan kinerja produk atau hasil melalui harapan perasaan puas atau kecewa pemakai. Apabila kinerjanya rendah dari harapannya maka pengguna akan kecewa dan apabila setara harapan pengguna akan merasa puas.¹⁵

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu perasaan jahat yang timbul dari keinginan atau kebutuhan terdalam seseorang untuk dipenuhi. Umpan balik yang diterima pelanggan adalah hasil evaluasi, penilaian, analisis, atau fitur produk atau layanan yang mereka gunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka, itulah sebabnya kinerja mereka sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan studi literature, terdapat lima Faktor kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan itu berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambahan dibenak konsumen. Pelanggan akan merasa puas bila

¹⁵ Tia Juliawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Kirim J&T Expres" (2024): hlm. 47.

barang yang dibeli telah memenuhi beberapa kriteria seperti mempunyai daya guna, awet, produknya memiliki kelebihan yang juga desain produk yang menarik.

2) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas akan menunjukkan kemungkinan untuk membeli produk tersebut kembali. Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur bagi kepuasan pelanggan pasca pembelian, pelanggan tidak hanya menilai dari produk yang dibelinya, melainkan dari kualitas pelayanan yang diperolehnya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan maka loyal untuk kembali lagi untuk membeli produk tersebut.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Faktor emosional lebih cenderung kepada perilaku individu yang bangga menggunakan produk dengan merek tertentu. Mereka akan merasa bangga bahkan cenderung percaya dirinya meningkat setelah menggunakan merek tersebut.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Komponen harga ini tidak begitu penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Dalam faktor ini sebenarnya tergantung kepada individunya sendiri, karena tidak semua orang mematok atau menilai kualitas produk dari harga, dan juga orang yang mengesampingkan harga asal mendapatkan produk tersebut, meskipun kualitas produk kurang baik.

5) Biaya dan Kemudahan

Dalam mendapatkan produk dan jasa pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.¹⁶

Ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
- d. Kurang memperhatikan produk, iklan

¹⁶ Ida Muntasiroh, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Penggunaan Layanan Produk Brilink (Studi Kasus di Kecamatan Melinting)" (Metro, Institut Agama Islam Negeri, 2022), hlm. 15-17.

- e. pesaing, kurang sensitif pada harga
- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan
- g. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.¹⁷

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Merujuk penjelasan Destrina & Dermawan (2023: 2640)

terdapat indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan, dengan penjelasan dibawah ini:

1) Kualitas Produk

Kesesuaian harapan mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan oleh perusahaan pengiriman barang dapat sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam konteks ini, pelanggan akan dapat merasa puas jika layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Contohnya, jika seorang pelanggan mengharapkan pengiriman barang sampai dalam waktu dua hari dan perusahaan pengiriman mampu mengantarkan barang tersebut sesuai dengan harapan tersebut atau bahkan lebih cepat, pelanggan akan merasa puas.

2) Persepsi Kinerja

Persepsi kinerja merujuk pada penilaian yang dilakukan pelanggan terhadap cara perusahaan pengiriman barang memberikan layanan mereka. Penilaian ini mencakup sejumlah faktor, seperti seberapa efisien suatu proses pengiriman, seberapa

¹⁷ Fazar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, hlm. 85.

cepat barang sampai di tujuan, ketepatan waktu dalam pengiriman, dan yang lainnya. Jika pelanggan merasa bahwa perusahaan pengiriman ini memberikan layanan yang efisien dan memuaskan.

3) Penilaian Pelanggan

Penilaian pelanggan merupakan metode di mana pelanggan memberikan evaluasi atau skor terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Penilaian ini mencerminkan kepuasan pelanggan terhadap berbagai aspek layanan yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Sebagai ilustrasi, jika pelanggan memberikan penilaian sebesar 4.5 dari skala 5 untuk pengiriman barang yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tersebut sangat puas dengan pelayanan yang diterima.¹⁸

d. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut Qardawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan

¹⁸ Eka Rahma Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam" (Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 25-26.

1) Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan rasa jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW yang artinya: *“Bahwasanya Nabi SAW bersabda: Muslim yang satu dengan Muslim lainnya adalah bersaudara, tidak halal bagi seorang muslim menjual barangnya kepada muslim lain, padahal pada barang tersebut terdapat aib/cacat melainkan dia harus menjelaskannya”*. (HR. Ahmad, Ibu Majah, Ad-Daraquthni, Al Hakim dan Ath Thabrani).

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa barang ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

3) Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist Muttafaq, Alaih dari Hakim bin Hazm disebutkan bahwa: *“Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan, maka keduanya*

mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutup aib barang dagangan dan berbohong, maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu” (HR. Bukhori).

Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang dan jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian pengguna dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.¹⁹

4. Keterkaitan Antar Variabel

a. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan

Persaingan menuntut perusahaan termasuk jasa komunikasi untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan mereka dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Perhatian perusahaan tidak hanya terbatas pada produk yang dihasilkan, melainkan juga pada aspek proses, sumber daya manusia, lingkungan, dan lain-lain.

Kualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama

¹⁹ Ferdian, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi J&T Express di Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry,2022), hlm. 24-25.

harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. 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.²⁰

b. Hubungan antara Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan mempunyai hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas layanan sangat dibutuhkan mengingat pelanggan atau konsumen mempunyai keinginan yang selalu harus dipenuhi dan dipuaskan. Konsumen selalu mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari para penyedia produk/jasa, dalam hal ini mereka ingin diperlakukan secara profesional serta memperoleh sesuatu sesuai dengan yang mereka harapkan. Kualitas adalah keseluruhan dari kelengkapan fitur suatu

²⁰ Fazar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, hlm. 65.

produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberi kepuasan terhadap suatu kebutuhan.

Melalui pemberian kualitas layanan yang baik kepada konsumen, perusahaan akan memperoleh banyak sekali keuntungan. Diantaranya adalah konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan merekomendasikannya kepada orang lain dan sulit membuatnya untuk pindah ke tempat lain, sehingga banyak orang yang akan datang nantinya akan sangat membantu perusahaan untuk terus meningkatkan mutu pelayanannya.²¹

c. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas

Pelanggan

Pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan dari suatu produk maupun jasa maka akan menimbulkan rasa kepercayaan dan kesetiaan pelanggan sehingga meningkatkan penggunaan barang atau jasa dan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Namun menurunnya jumlah pelanggan disebabkan beralihnya ke perusahaan lain disebabkan ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting dalam sebuah proses pembelian barang ataupun jasa. Kepuasan pelanggan menjadi pemicu utama dimana akan dilakukan ulang proses pembelian atau penggunaan jasa tersebut. Disini berbagai

²¹Fera Kurniasari dan Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto, "Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan, dalam *Jurnal Business Management Analysis*" Vol. 3 No.2 (2020): hlm.113

perusahaan harus berinovasi dalam membuat sebuah produk ataupun jasa dengan memberikan produk ataupun jasa yang sesuai dengan selera konsumen. Terciptanya kepuasan pelanggan memiliki berbagai manfaat yaitu salah satu manfaat yang paling utama ada terciptanya loyalitas pelanggan. Persoalan muncul ketika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas dari produk atau jasa, kemudian pelayanan yang diberikan kepada konsumen buruk tidak sesuai dengan standar operasi prosedur yang ada. Sehingga perusahaan baik barang atau jasa harus menyadari pentingnya kepuasan pelanggan dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan yang loyal.²²

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

²² Ajeng Ashari Fauzia Mufidah, "Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Gojek di Solo" (Surakarta, Universitas Muhammadiyah, 2022), hlm. 2-3.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan masalah dalam penelitian ini akan dipaparkan berikut ini.

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih. Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen Vol.1, No.3 September 2023.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2	Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. ²³
2	Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian. Journal of Management & Business, Vol 7, No. 1 (2024)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada JNT Expres cabang Batam. ²⁴

²³ Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2" Vol.1. No.3(2023): hlm. 199.

²⁴ Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam" Vol.7 No.1 (2024): hlm. 1243.

3	Fatmawati dan Susila, Jurnal Manajemen, Vol. 8 No. 3, Desember, 2022	Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng	Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng. ²⁵
4	Reynaldi Dwi Prastio, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang)	Tidak terdapat pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang. Terdapat pengaruh langsung yang positif signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang. ²⁶
5	Arin Annisa, Skripsi Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok	Kualitas Pelayanan secara langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 42,3% Kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 43,8%. ²⁷
6	Riska Nur Anjani dan Hersusetiyati, Jurnal Dimensi, Vol. 3. No. 1, (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung.	Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. ²⁸

²⁵ Fatmawati dan Susila, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng" Vol. 8 No. 3(2022): hlm. 572.

²⁶ Reynaldi Dwi Prastio, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang)" (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm. 132.

²⁷ Arin Annisa, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok" (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021), hlm. 115.

²⁸ Riska Nur Anjani dan Hersusetiyati, "Pengaruh Kualitas Peayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNT Expres Cipadung Kota Bandung" Vol.3 No.1 (2023): hlm. 11.

7	Husni Fuaddi dan Fitra Raya Ramaddan, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 12. No. 1, (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Cabang Kandis Riau	Berdasarkan Hasil Penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Kandis. ²⁹
8	Septy Agil Sejati, dan Soepatini, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3. No. 4, (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Karesidenan Surakarta	Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. ³⁰
9	Kadek Devvana Putri, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Di Kota Singaraja	kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express di Kota Singaraja. ³¹

Hasil penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dan menyusun kerangka Indonesia mengenai penelitian ini. Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

²⁹ Husni Fuaddi dan Fitra Raya Ramaddan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Cabang Kandis Riau" Vol.12 No. 1 (2023), hlm. 20.

³⁰ Septy Agil Sejati dan Soepatini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Karesidenan Surakarta" Vol. 3 No. 4 (2023), hlm. 808.

³¹ Kadek Devvana Putri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Express di Kota Singaraja" (Skripsi, Universitas Pendidikan Ganesha, 2022), hlm. 59.

1. Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2”. Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y dan sama-sama meneliti pada jasa pengiriman J&T Express, sedangkan perbedaannya terletak pada Variabel X lainnya yakni penelitian ini menggunakan kepuasan sedangkan Holifatun Fatonah Harga dan Kepercayaan, dan perbedaannya lainnya adalah tempat penelitiannya, penelitian ini meneliti di J&T Express Cabang Sipirok sedangkan Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih meneliti di J&T Express Cabang Kedoya Raya 2.

2. Eka Rahma Safitri dan Mauli Siagian

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Express Cabang Batam”. Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel X dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan Perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya saja, penelitian ini meneliti di J&T Express cabang Sipirok sedangkan Eka Rahma Safitri dan Mauli Siagian meneliti di J&T Cabang Batam.

3. Fatmawati dan Susila

Meneliti tentang “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T

Express di Kecamatan Buleleng". Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel X dan loyalitas Pelanggan sebagai variabel Y, sedangkan perbedaannya terletak pada Variabel X lainnya yakni penelitian ini menggunakan kualitas layanan sedangkan Fatmawati dan Susila menggunakan kepercayaan dan perbedaannya yaitu tempat penelitiannya, penelitian ini meneliti di J&T Express cabang Sipirok sedangkan Fatmawati dan Susila meneliti J&T Express di Kecamatan Buleleng.

4. Reynaldi Dwi Prastio

Meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang)". Persamaannya dengan peneliti sama- sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y, sedangkan perbedaannya adalah Reynaldi Dwi Prastio menjadikan kepuasan pelanggan sebagai variabel Z sedangkan penelitian ini tidak menjadikan kepuasan pelanggan sebagai variabel Z namun tetap menjadi variabel X.

5. Arin Annisa

Meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok". Persamaannya sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y, Perbedaannya adalah tempat penelitiannya saja, peneliti meneliti di JNT Express Cabang Sipirok sedangkan Arin

Annisa meneliti pada Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok.

6. Riska Nur Anjani dan Hesusetiyati

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung” Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan Perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya saja, penelitian ini meneliti di J&T Express cabang Sipirok sedangkan Riska Nur Anjani dan Hesusetiyati meneliti di J&T Exspress Cipadung Kota Bandung.

7. Husni Fuaddi dan Fitra Raya Ramaddan

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Cabang Kandis Riau” Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan Perbedaannya penelitian ini menambahi Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel X dan perbedaan lainnya terletak pada tempat penelitiannya, penelitian ini meneliti di J&T Express cabang Sipirok sedangkan Husni Fuaddi dan Fitra Raya Ramaddan meneliti di J&T Express Cipadung Cabang Kandis Riau.

8. Septy Agil Sejati, dan Soepatini

Meneliti Tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T

Express di Karesidenan Surakarta" Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan Perbedaannya hanya terletak pada tempat penelitiannya, penelitian ini meneliti di J&T Express cabang Sapirok sedangkan Septy Agil Sejati, dan Soepatini meneliti di J&T Express di Karesidenan Surakarta.

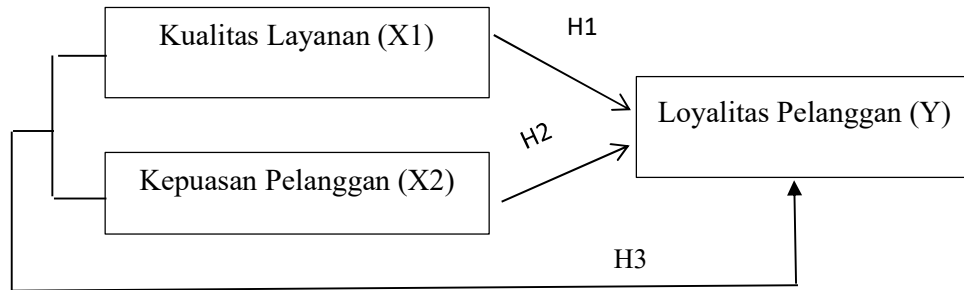
9. Kadek Devvana Putri

Meneliti Tentang " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express di Kota Singaraja" Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel X dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan Perbedaannya hanya terletak pada tempat penelitiannya, penelitian ini meneliti di J&T Express cabang Sapirok sedangkan Kadek Devvana Putri meneliti J&T Express di Kota Singaraja.

C. Kerangka Pikir

Kerangka konsep penelitian pada dasarnya adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II. 1 Kerangka berpikir



Keterangan :

—————> : Parsial

—————> : Simultan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas layanan adalah ukuran sejauh mana perusahaan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan selama pengalaman mereka berinteraksi dengan perusahaan. Ketika sebuah perusahaan dapat memberikan layanan yang berkualitas tinggi, pelanggan akan merasa dihargai dan cenderung untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan, alih-alih mencari alternatif di tempat lain. Selain itu, pelanggan yang merasa puas lebih berpotensi merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat membantu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan secara keseluruhan. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian juga menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.³²

³² Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian, " Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam" Vol. 7. No. 1 (2024),

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian Arin Annisa menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan Kotler dan Armstrong dimana dalam membangun loyalitas pelanggan dilandaskan dengan kepuasan pelanggan, yang diiringi atau diseimbangi dengan adanya kualitas pelayanan. Adanya kepuasan pelanggan akan menunjukkan sikap pelanggan. Pelanggan yang bersikap loyal ditunjukkan dengan sikap puas dan senang terhadap layanan yang diberikan. Sikap loyal tersebut akan berdampak pada pihak pelanggan yang akan senantiasa merekomendasikan secara positif produk perusahaan atau organisasi tersebut kepada orang lain.³³

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Ketika perusahaan menawarkan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan serta berhasil memastikan kepuasan mereka, hasilnya adalah terciptanya hubungan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan. Kesetiaan pelanggan tidak terjadi secara kebetulan melainkan merupakan akibat dari pengalaman positif yang mereka alami dengan perusahaan. Saat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka tidak hanya merasakan nilai diri mereka sebagai pelanggan, tetapi juga merasa diakui dan diperhatikan.

hlm. 1242.

³³ Arin Annisa, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok" (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021), hlm. 117-118.

Hal ini membentuk ikatan emosional antara pelanggan dan perusahaan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas. Kesetiaan ini tak hanya mencakup pembelian produk atau layanan tertentu, tetapi juga melibatkan keterikatan emosional yang lebih dalam.³⁴

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Riska Nur Anjani dan Hesusetiyati, dinyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.³⁵ Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, peneliti merumuskan kerangka pemikiran sebagai dasar teoritis untuk memudahkan pemahaman tentang hubungan antara variabel penelitian dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu penting. Dalam konteks ini, penelitian ini akan memfokuskan diri pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

D. Hipotesis

Hasil suatu penelitian pada hakikatnya adalah suatu jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan didalam perencanaan penelitian. Untuk mengarahkan kepada hasil penelitian ini dalam perencanaan penelitian perlu dirumuskan jawaban sementara dari penelitian ini. Jawaban sementara dari suatu penelitian ini biasanya disebut hipotesis. Jadi hipotesis didalam suatu penelitian berarti jawaban

³⁴ Eka Rahma Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam" (Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 40-41.

³⁵ Riska Nur Anjani dan Hesusetiyati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cipadung Kota Bandung" Vol. 3 No. 1(2023): hlm. 10.

sementara penelitian, patokan juga, atau dalil sementara yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut. Melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat benar atau salah, dapat diterima atau ditolak.

Ha₁: Diduga kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok

H₀₁: Diduga kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok

Ha₂: Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok

H₀₂: Diduga kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok

Ha₃: Diduga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok

H₀₃: Diduga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan di laksanakan di Sipirok dengan lokasi penelitian pada kantor jasa pengiriman darat J&T Express Cabang Sipirok. Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan selama kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu pada bulan Maret sampai Mei 2025.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer menggunakan metode survei. Survei merupakan proses pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesione, yang memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari sejumlah besar responden secara efisien. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan skala tertentu, seperti skala likert untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat responden terhadap variabel yang diteliti.¹

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah total objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sebaliknya, populasi adalah area generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek

¹ Ananta Wikrama Tungga, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 79

yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Tidak ada penelitian yang dapat memastikan berapa banyak pelanggan J&T Express Cabang Sipirok.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. ”Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi jumlah pelanggan J&T Express Cabang Sipirok. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui adalah menggunakan rumus Cochran, dengan pemecahan rumus sebagai berikut:²

$$n = \frac{z^2 p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : Skor Z untuk tingkat kepercayaan (95% → 1,96)

p : Proporsi populasi (0,5 Jika tidak diketahui)

e: batas toleransi kesalahan (10% → 0,1)

² Sirwan Khalid Ahmed, “How To Choose A Sampling Technique And Determine Sample Size For Research: A Simplified Guide For Researchers” Vol. 12 (2024): hlm. 4.

Dari rumus diatas sehingga sampel dapat dihitung sebagai berikut;

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{(1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{0.1^2} \\
 &= \frac{3.8416 \times 0,25}{0.01} \\
 &= \frac{0.9604}{0.01} \\
 &= 96.04
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa sampel untuk penelitian ini berjumlah 96 responden.

D. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Angket atau kuisioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel).³Metode ini akan digunakan peneliti untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Cabang Sipirok. Agar lebih efisien mendapatkan data dari responden maka peneliti menggunakan metode kuesioner. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu.⁴

³ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi Dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 113.

⁴ Sugiono dan Agus Susanto, *Cara Mandiri Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: Alfabeta,2015), hlm.120-121.

Tabel III. 1 Pengukuran Skala Likert

Skor	Kategori	Penjelasan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	Responden Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju (TS)	Responden Tidak Setuju
3	Kurang Setuju (KS)	Responden Kurang Setuju
4	Setuju (S)	Responden Setuju
5	Sangat Setuju (SS)	Responden Sangat Setuju

Dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan angket agar tidak lari dalam permasalahan yang diteliti, maka peneliti menyusun angket dengan kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel III. 2 Kisi-Kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Loyalitas Pelanggan (Y)	Mengatakan hal yang positif	1,2
	Merekomendasikan kepada orang lain	3,4
	Pembelian yang dilakukan secara terus menerus	5,6
Kualitas Layanan (X1)	Keandalan	7,8
	Jaminan	9,10
	Bukti Fisik	11,12
	Empati	13,14
	Daya Tanggap	15,16

Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	17,18
(X2)	Persepsi Kinerja	19,20
	Penilaian Pelanggan	21,22

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Jika dikaji, pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang ke dua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data. Dengan demikian definisi tersebut dapat disintesis bahwa analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Data

Uji Validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan sah jika pertanyaannya mampu mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur. Sugiyono menyatakan bahwa jika harga korelasi di bawah 0,30, instrumen tersebut dianggap tidak valid dan harus diperbaiki atau dibuang. Untuk menghitung uji validitas Nilai

r_{hitung} (korelasi item-total yang terkait) dapat dibandingkan dengan nilai r_{tabel} .

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai negatif, maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas data adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipakai 2 kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliable. Uji Reliabilitas digunakan untuk memunculkan suatu kuisisioner sebagai indikator konstruk atau variabel. Kuisisioner dianggap reliabel jika:

- 1) Cronbach Alpha > 0.60 maka butir atau pertanyaan tersebut reliable
- 2) Cronbach Alpha < 0.60 maka butir atau pertanyaan tersebut tidak reliable.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas, yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan uji one sample Kolmogorov smirnov, digunakan untuk menentukan apakah data dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah

variabel independen dan variabel dependen pada model regresi memiliki distribusi normal atau tidak normal, dengan ketentuan apabila:

- 1) nilai sig > 0,1 maka data memiliki distribusi normal
- 2) nilai sig < 0,1 maka data memiliki distribusi tidak normal.⁵

4. Uji Asumsi Klasik

Metode regresi linier berganda digunakan untuk menemukan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pada dasarnya, salah satu uji yang digunakan untuk persyaratan statistik adalah asumsi klasik. Hal ini hanya ada pada analisis regresi linier berganda dan tidak pada analisis regresi sederhana.

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen atau variabel bebas dalam model regresi. Multikolinieritas ini menghasilkan sampel dengan banyak variabel. Karena itu menunjukkan standar error besar, t-hitung akan lebih kecil dari t-tabel ketika koefisien diuji. Nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF) dapat digunakan untuk mengetahui apakah multikolinieritas terjadi pada model regresi. Nilai toleransi mengukur variabilitas dari beberapa variabel bebas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Perhitungannya sebagai berikut:

⁵ Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviews dan SPSS* (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm, 55 dan 56.

- 1) Jika nilai VIF > 10 maka data terjadi gejala multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF < 10 maka data tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- 3) Jika nilai Tolerance $> 0,1$ maka data tidak terkena multikolinieritas.
- 4) Jika nilai Tolerance $< 0,1$ maka data terkena multikolinieritas.⁶

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini menggunakan Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain.

Dalam penelitian ini menggunakan Uji Glejser, karakteristik pengujian apabila:

- 1) Sig $> 0,1$ artinya tidak terkena heteroskedastisitas.
- 2) Sig $< 0,1$ artinya data terkena heteroskedastisitas.⁷

5. Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan rumus:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana: Y = Variabel Terikat

X₁ = Variabel Bebas ke 1

X₂ = Variabel Bebas Ke 2

α = Konstanta

⁶ Lailatus sa'adah dkk, *Implementasi pengukuran current ratio, debt to equity ratio dan return on equity serta pengaruhnya terhadap return* (Jombang: LPPM, 2020). hlm. 63.

⁷ Lailatus sa'adah dkk, *Implementasi pengukuran current ratio, debt to equity ratio dan return on equity serta pengaruhnya terhadap return* (Jombang: LPPM, 2020). hlm. 62.

b_1, b_2 = Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas

e = Standar eror

Pada penelitian ini, peneliti membuat persamaan sebagai berikut:

$$LP = \alpha + b_1 KuP + b_2 KeP + e$$

Dimana:

LP = Loyalitas Pelanggan

KuP = Kualitas Pelayanan

KeP = Kepuasan Pelanggan

A = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi yang akan dihitung

e = standar eror.

6. Uji Hipotesis

a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Metode yang digunakan untuk menentukan uji t menggunakan program SPSS *for* Windows dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 10% dan derajat kebebasan $(df)^{\wedge} n-k-1$ dengan pengambilan keputusan sebagai berikut;

- 1) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $Sig < 0,1$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel Terikat.
- 2) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau $Sig > 0,1$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel Terikat.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y secara bersama-sama. Metode yang digunakan ini untuk menentukan uji F menggunakan program SPSS for Windows dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 10% dan derajat kebebasan $\{df\} = n - k - 1$, dengan pengambilan keputusan sebagai berikut;

- 1) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $Sig < 0,1$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel Terikat.
- 2) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau $Sig > 0,1$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel Terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel

bebas terhadap variabel tidak bebas, semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas. Apabila angka koefisien determinasi semakin tinggi maka semakin pengaruh variabel independen lebih kuat terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang (*Adjusted R²*) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas terhadap variabel dependen.⁸

⁸ sri wahyuni, *kinerja sharia conformity and profitability index dan faktor determinan* (Surabaya: scopindo media pustaka, 2020), hlm, 79.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdiri Perusahaan

J&T Express didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. Kantor pusat PT. Jet Ekspres Global berada di Gedung Landmark Pluit, Tower Blok B1 Lantai 8, 9A, 10A Jl. Pluit Selatan Raya No. 9-10 Pluit, Kec. Penjaringan Jakarta Utara. Pendiri J&T Express adalah mantan dari CEO OPPO Indonesia yaitu Mr. Jet Lee dan pendiri OPPO International Mr. Tony Chen.¹

Awalnya, J&T Express fokus pada pengiriman produk Oppo, namun seiring waktu perusahaan ini melihat peluang besar dalam industri logistik Indonesia yang berkembang pesat. Meskipun perusahaan ini baru di industri express, ia telah menunjukkan optimisme terhadap merek yang sudah ada dengan terus mengembangkan terutama teknologi yang digunakan dalam sistem pengirimannya, berkomitmen pada tanggung jawab dalam setiap pelayanan yang diberikan, dan mempertahankan harga yang terjangkau dengan kualitas premium. Pada tahun 2021, J&T Express akhirnya mendapatkan peringkat pertama dalam survey Top Brand Award untuk kategori layanan kurir. Jaringan pengiriman telah berkembang dengan

¹ "J&T Profil Perusahaan," Diakses pada Selasa 6 Mei 2025, [https:// jet.co.id/](https://jet.co.id/).

sangat cepat dalam satu tahun dan mencakup sepuluh negara di wilayah Asia Pasifik.²

Perusahaan ini menerima penghargaan pertama pada tahun 2017. Menurut ajang penghargaan yang diselenggarakan oleh *Trans n Co Research*, J&T Express adalah salah satu perusahaan pengiriman berbasis teknologi pertama di Indonesia yang fokus pada *e-commerce*. Setelah itu, kerja keras dihargai dengan berbagai penghargaan yang terus berkembang setiap tahunnya. J&T Express sangat memahami kebutuhan pelanggan Indonesia dalam hal harga, kecepatan, keamanan, dan pengawasan dan laporan langsung.³

2. Visi dan Misi J&T Express

a. Visi

Menjadi penyedia layanan pengiriman terkemuka yang dikenal akan kecepatan, keandalan, dan kepuasan pelanggan.⁴

b. Misi

- 1) Misi kami adalah menyediakan solusi pengiriman yang inovatif, efisien, dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan kami.⁵
- 2) Menyediakan produk jasa angkutan/titipan ke seluruh pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan customer.
- 3) Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk

² "J&T Express," Diakses pada Selasa 6 Mei 2025, <https://id.m.wikipedia.org/>.

³ "J&T Express Indonesia," Diakses pada Selasa 6 Mei 2025, <https://jntexpress.web.id/>.

⁴ "J&T Express Indonesia," Diakses pada Selasa 6 Mei 2025, <https://jntexpress.web.id/>.

⁵ "J&T Express Indonesia," Diakses pada Selasa 6 Mei 2025, <https://jntexpress.web.id/>.

berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.

- 4) Menjalankan bisnis cargo atau jasa titipan dan manajemen resiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal.
- 5) Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.
- 6) Berusaha dan bekerja dengan semangat, bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham.
- 7) Turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dengan memberi santunan kepada anak yatim piatu dan kaum dhuafa.
- 8) Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan maksimal sesuai kebutuhan pemerintah.
- 9) Membantu pemerintah dalam peningkatan ekonomi rakyat dengan pendistribusian barang-barang kebutuhan rakyat sampai ke pelosok tanah air dengan harga yang terjangkau.⁶

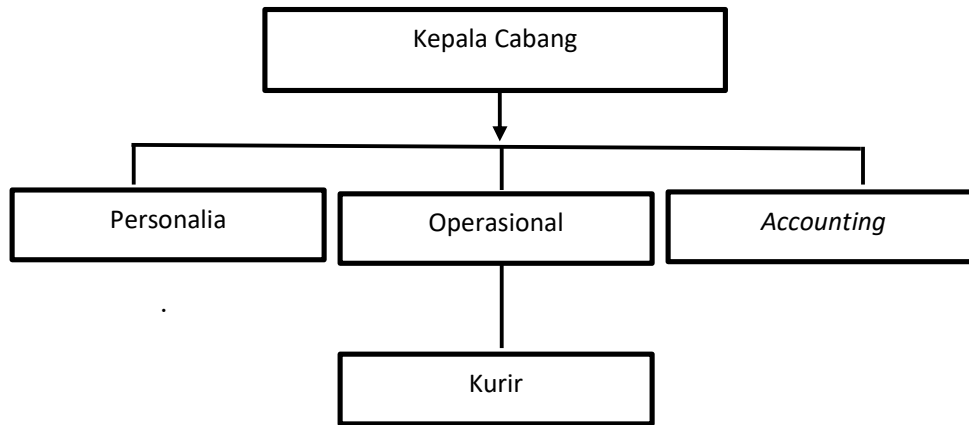
3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen dan bagian-bagian posisi dalam sebuah organisasi, komponen dalam organisasi mempunyai ketergantungan. Sehingga jika

⁶ "J&T Express Reguler," Diakses pada Selasa 6 Mei 2025, <https://jetregulerepress.blogspot.com/p/visi-dan-misi>.

terdapat satu komponen baik maka berpengaruh juga terhadap organisasi tersebut.⁷

Gambar IV. 1 Bagan Struktur Organisasi J&T Express Sipirok



B. Deskripsi Data Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas mengenai gambaran umum responden berdasarkan pilihan jenis kelamin, usia, pendidikan, serta pekerjaan. Pengumpulan data responden ini menggunakan angket atau kuesioner dengan memakai teknik Sampling Kuota. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 Maret sampai dengan 30 Mei tahun 2025 dengan jumlah responden sebanyak 96 orang dari konsumen atau pelanggan J&T Express di Sipirok.

Dari hasil yang didapat, diketahui gambaran umum responden yang terdiri dari:

1. Jenis Kelamin

Tabel IV. 1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Orang	Persentase (%)

⁷ Bonaventura Agus Triharjono dkk, *Teori Desain Organisasi* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 51.

1	Laki-Laki	46	47,92%
2	Perempuan	50	52,08%
Total		96	100%

Sumber: Data Primer yang di olah, 2025

Jumlah responden seluruhnya sebanyak 96 orang , setelah pengolahan data didapatkan jumlah responden perempuan dengan jumlah 50 orang (52,08%) lebih banyak dibanding jumlah responden laki-laki yang berjumlah 46 orang (47,92%).

2. Usia

Tabel IV. 2 Jumlah Responden Menurut Usia

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20	15	15,63%
2	21-30	68	70,83%
3	31-40	13	13,54%
4	41-50	0	0,00%
Total		96	100%

Sumber: Data Primer yang di olah, 2025

Jumlah berdasarkan kelompok usia 21-30 tahun sebanyak 68 orang (70,83%) lebih banyak dibandingkan usia <20 tahun yang berjumlah sebanyak 15 orang (15,63%) dan usia 31-40 tahun yang berjumlah sebanyak 13 orang (13,54%) serta usia 41-50 tahun yang tidak mempunyai responden.

3. Pendidikan

Tabel IV. 3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan

No	Kelompok Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0,00%
2	SMP	0	0,00%
3	SMA	22	22,92%
4	Diploma/Sarjana	74	77,08%
Total		96	100%

Sumber: Data Primer yang di olah, 2025

Jumlah responden menurut pendidikan Sarjana/ Diploma sebanyak 74 orang (77,08%) lebih banyak dibandingkan jumlah responden berpendidikan SMA yang berjumlah 22 orang (22,92%) serta Pendidikan SD dan SMP yang tidak mempunyai responden.

4. Pekerjaan

Tabel IV. 4 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	ASN/TNI-POLRI	1	1,04%
2	Pegawai Swasta	12	12,50%
3	Wiraswasta	6	6,25%
4	Pelajar/Mahasiswa	56	58,33%
5	Lainnya	21	21,88%

Total	96	100%
-------	----	------

Sumber: Data Primer yang di olah, 2025

Jumlah responden berdasarkan Pekerjaan sebanyak 96 orang, setelah pengolahan data didapatkan jumlah responden Pelajar/Mahasiswa sebanyak 56 orang (58,33%) lebih banyak dibandingkan jumlah responden ASN/TNI-POLRI yang berjumlah 1 orang (1,04%), Pegawai Swasta berjumlah 12 orang (12,50%), Wiraswasta berjumlah 6 orang (6,25%) dan Lainnya yang berjumlah 21 orang (21,88%).

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas Data

Pengujian kevaliditasan bertujuan untuk mencari kevalidan angket yang dijadikan sebagai instrument penelitian. Dalam uji validitas, caranya dengan penghitungan korelasi antar skor butir pernyataan dengan skor variabel. Uji signifikansi ini didapat dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk menentukan r_{tabel} dibutuhkan degree of freedom (df) = $n-k-1$. n merupakan sampel dalam penelitian dan k merupakan variabel bebas. Pada penelitian ini, $df = 96-2-1$, atau $df = 93$ dengan menggunakan alpha 10% (0,1), standarisasi r_{tabel} yang didapat = (0,170). Didalam uji validitas ini, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif, pernyataan ini dikatakan valid. r_{hitung} dapat dilihat di dalam masing-masing pernyataan.

a. Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Tabel IV. 5 Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
X _{1,1}	0,891	0,170	Valid
X _{1,2}	0,890	0,170	Valid
X _{1,3}	0,880	0,170	Valid
X _{1,4}	0,904	0,170	Valid
X _{1,5}	0,862	0,170	Valid
X _{1,6}	0,874	0,170	Valid
X _{1,7}	0,804	0,170	Valid
X _{1,8}	0,872	0,170	Valid
X _{1,9}	0,908	0,170	Valid
X _{1,10}	0,843	0,170	Valid

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel X₁ dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} .

b. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X₂)

Tabel IV. 6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X₂)

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
X _{2,1}	0,918	0,170	Valid
X _{2,2}	0,901	0,170	Valid
X _{2,3}	0,909	0,170	Valid
X _{2,4}	0,889	0,170	Valid
X _{2,5}	0,930	0,170	Valid

X _{2.6}	0,911	0,170	Valid
------------------	-------	-------	-------

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel X₂ dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} .

c. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (X₂)

Tabel IV. 7 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Y _{.1}	0,839	0,170	Valid
Y _{.2}	0,902	0,170	Valid
Y _{.3}	0,925	0,170	Valid
Y _{.4}	0,932	0,170	Valid
Y _{.5}	0,917	0,170	Valid
Y _{.6}	0,912	0,170	Valid

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel Y dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} .

2. Hasil Uji Reliabilitas Data

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan data yang sama setiap kali digunakan untuk mengukur objek yang sama. Nilai Cronbach's Alpha menentukan variabel reliabilitas. Variabel dianggap dapat diandalkan atau reliabel jika nilai alphanya lebih besar dari 0,60. Untuk mengetahui hal tersebut, perhitungan statistik akan

dilakukan terlebih dahulu dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut;

Tabel IV. 8 Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach Alpha	N Item	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,965	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,958	6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,955	6	Reliabel

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Tabel IV.8 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang diujikan memiliki reliabilitas yang sangat baik.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel devenden ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.

Tabel IV. 9 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,0993784
	Std. Deviation	3,21868575
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,045
	Negative	-,071
Test Statistic		,071

Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Hasil uji pada tabel IV.9 diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,10, Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov – Smirnov test*.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok adalah sebagai berikut:

Tabel IV. 10 Uji Multikolinearitas Data

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	0,121	8,291
	Kepuasan Peelanggan	0,121	8,291

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan nilai VIF dari variabel kualitas layanan (X1) sebesar 8,291, variabel kepuasan pelanggan (X2) sebesar 8,291. Nilai tersebut dapat diartikan dalam batas toleransi yang telah ditentukan dimana semua variabel nilai VIF nya lebih kecil dari 10. Sedangkan nilai tolerance variabel kualitas layanan sebesar 0,121 dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,121 lebih besar

dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,895	0,908		-,985	0,327
Kualitas Layanan	0,088	0,068	0,350	1,299	0,197
Kepuasan Pelanggan	0,034	0,105	0,087	0,322	0,748

a. Dependent Variable: ABS

sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan dari uji heteroskedastisitas pada tabel IV.11 menggunakan metode Glejser dijelaskan bahwa signifikansi kualitas layanan sebesar 0,197 dan nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,748. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing masing dari variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,10 sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Teori-teori tentang interaksi antar faktor diuji secara simultan dan parsial. Hal ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Model ini menggunakan persamaan linier tunggal dan skala pengukuran interval untuk melihat bagaimana dua atau lebih faktor independen mempengaruhi variabel dependen. Faktor penting termasuk

kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Sementara loyalitas pelanggan merupakan variabel dependen.

Tabel IV. 12 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	-2,053	1,347		-1,524	0,131
	Kualitas layanan	0,329	0,101	0,454	3,266	0,002
	Kepuasan Pelanggan	0,499	0,156	0,445	3,199	0,002
a. Dependen Variabel: Loyalitas Pelanggan (Y)						

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Data yang disajikan ialah nilai dari konstanta (nilai α) yakni -2,053 serta untuk kualitas pelayanan (nilai β) sebesar 0,329 dan kepuasan pelanggan (nilai β) sebesar 0,499.

Dari persamaan umum $Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$ Jadi didapatkan persamaan berikut:

$$Y = \alpha + b_1 \text{KuP} + b_2 \text{KeP} + e$$

$$Y = -2,053 + 0,329\text{KuP} + 0,499\text{KeP} + 1,347$$

Keterangan:

- 1) Nilai konstanta α sebesar -2,053, yang artinya apabila kedua variabel $X = 0$ yakni kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan adalah -2,053.

- 2) 0,329 (X1) ialah angka konstanta variabel X1 pada Y, maknanya apabila variabel ini mengalami kenaikan satu-satuan (1%) maka Y mengalami peningkatan sebesar 0,329. Begitu juga sebaliknya, apabila X1 mengalami penurunan 1% maka Y akan mengalami penurunan sebesar 0,329. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan.
- 3) 0,499 (X2) ialah angka konstanta variabel X2 pada Y, maknanya apabila variabel ini mengalami kenaikan satu-satuan (1%) maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,499. Begitu juga sebaliknya, apabila X2 mengalami penurunan 1% maka Y akan mengalami penurunan sebesar 0,499. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

6. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Pengujian secara parsial disebut dengan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Pengujian hipotesis jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti variable bebas (X) berpengaruh terhadap variable terikat (Y) dan sebaliknya, adapun hasil uji t sebagai berikut.

Tabel IV. 13 Uji Hipotesis dengan Uji t

Coefficients ^a				
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	-2,053	1,347		-1,524	0,131
	Kualitas layanan (X1)	0,329	0,101	0,454	3,266	0,002
	Kepuasan Pelanggan (X2)	0,499	0,156	0,445	3,199	0,002
a. Dependen Variabel: Loyalitas Pelanggan (Y)						

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji t, t_{tabel} diperoleh menggunakan rumus $df = n - k - 1 = 96 - 2 - 1 = 93$ dengan menggunakan nilai signifikansi 10% sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,661.

1) Nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,002 < 0,1$ dan nilai $t_{\text{hitung}} (3,266) > t_{\text{tabel}} (1,661)$ maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sapirook.

2) Nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah $0,002 < 0,1$ dan nilai $t_{\text{hitung}} (3,199) > t_{\text{tabel}} (1,661)$, maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{a2} ditolak, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sapirook.

2. Uji f (Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima dan H_0

ditolak. Hal ini berarti variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dan sebaliknya. Adapun hasil uji f sebagai berikut:

Tabel IV. 14 Uji Hipotesis dengan Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2760,761	2	1380,381	167,889	0,000 ^b
	Residual	764,645	93	8,222		
	Total	3525,406	95			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan						

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji F, f_{tabel} diperoleh menggunakan rumus ($df_1=k=2$) ($df_2=n-k-1$) atau $96-2-1=93$ dengan menggunakan nilai signifikansi 10% sehingga diperoleh f_{tabel} sebesar 2,361. Berdasarkan hasil uji f (Simultan) Nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah (jumlah) $0,000 < 0.10$, dan nilai F_{hitung} ($167,889$) $> F_{\text{tabel}}$ ($2,361$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terdapat pengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Sipirok.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel IV. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,885 ^a	,783	,778	2,867
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan				

Sumber: Data di olah penulis dari SPSS 26(2025)

Berdasarkan hasil uji tabel IV.15 regresi koefisien determinasi model summary pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,783, hal ini menunjukkan arti bahwa 78,3 % variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sisanya sebesar 21,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Sipirok

Kualitas dapat mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang, yang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama apa yang diinginkan pelanggan dan apa yang mereka butuhkan. Dengan demikian, perusahaan dapat mencapai tujuan loyalitas pelanggan secara penuh (total loyalitas pelanggan) melalui peningkatan kinerja

perusahaan yang sesuai dengan harapan pelanggan, menciptakan daya saing visi yang unggul.⁸

Berdasarkan hasil analisis data antara loyalitas pelanggan (Y) dengan variabel kualitas pelayanan (X1). Dari temuan uji t hasil untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah $0,002 < 0,10$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,266 > t_{tabel}$ 1,661. Dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y). Adapun pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ini di ukur berdasarkan indikator keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap.

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Cabang Batam.⁹ Penelitian oleh Arin Annisa juga menyatakan kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁰ Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Holifatun Fatonah dkk yang menyatakan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.¹¹

⁸ Fazar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Jakarta: Erlangga, 2015), hlm. 65

⁹ Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian, " Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam" Vol. 7. No. 1 (2024), hlm. 1242.

¹⁰ Arin Annisa, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok" (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021), hlm. 115.

¹¹ Holifatun Fatonah, Rani, dan Purwatiningsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2" Vol.1. No.3(2023): hlm. 199.

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok

Sikap pelanggan akan menunjukkan kepuasan pelanggan, pelanggan yang loyal ditunjukkan dengan menjadi puas dan senang dengan layanan yang diberikan. Sikap loyal ini akan berdampak pada pelanggan, yang akan terus merekomendasikan perusahaan atau organisasi tersebut kepada orang lain.¹²

Berdasarkan hasil analisis data pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah $0,002 < 0,10$ dan nilai t_{hitung} sebesar $(3,199) > t_{tabel} (1,661)$. Dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y). Adapun pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ini diukur berdasarkan indikator kualitas produk, persepsi kinerja, dan penilaian pelanggan.

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Fatmawati dan Susila menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Kecamatan Buleleng.¹³ Penelitian oleh Reynaldi Dwi Prastio juga menyatakan terdapat pengaruh langsung

¹² Arin Annisa, " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok" (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2021), hlm.117.

¹³ Fatmawati dan Susila, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng" Vol. 8 No. 3(2022): hlm. 572.

yang positif signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁴

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok

Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan, mereka akan menjadi lebih setia kepada perusahaan. Saat pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka tidak hanya merasakan nilai diri mereka sebagai pelanggan, tetapi juga merasa dihargai dan diperhatikan. Pengalaman ini membentuk ikatan emosional antara pelanggan dan perusahaan, yang pada akhirnya menghasilkan loyalitas. Kesetiaan ini tidak hanya terbatas pada pembelian produk atau layanan tertentu.¹⁵

Hasil analisis data untuk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah $0,000 < 0,10$ dan nilai f_{hitung} sebesar $167,889 > f_{tabel} 2,361$. (Y). Secara koefisien determinasi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memperkuat pengaruh sebanyak 78,3% terhadap loyalitas pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, artinya kualitas layanan (X2) dan kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Adapun pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ini diukur dengan indikator dari kualitas layanan

¹⁴ Reynaldi Dwi Prastio, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang)" (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021), hlm. 132.

¹⁵ Eka Rahma Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Express Cabang Batam"(Batam, Universitas Putra Batam, 2024), hlm. 41.

dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap indikator loyalitas pelanggan.

koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,783, hal ini menunjukkan arti bahwa 78,3 % variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sisanya sebesar 21,7 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Riska Nur Anjani dan Hesusetiyati menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.¹⁶ Penelitian oleh Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian juga menyatakan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁷

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang sedemikian agar hasil yang diperoleh dapat sebaik mungkin, namun dalam proses penelitian ini, sangat sulit untuk mendapatkan hasil yang sempurna. Sebab didalam melaksanakan penelitian, peneliti mendapati beberapa keterbatasan.

keterbatasan yang didapati peneliti selama melaksanakan penelitian sebagai berikut:

¹⁶ Riska Nur Anjani dan Hesusetiyati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cipadung Kota Bandung" Vol. 3 No. 1(2023): hlm. 11.

¹⁷ Eka Rahma Safitri dan Maruli Siagian, " Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam" Vol. 7. No. 1 (2024), hlm. 1243.

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menggunakan variabel yang diteliti yaitu hanya fokus pada kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Sementara masih ada kemungkinan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan dalam pengambilan data pada penelitian ini yang berbentuk data primer. Peneliti hanya mengambil sampel seperlunya saja, data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang menjadikan sampel hanya berjumlah 96 sampel.
3. Objek penelitian ini hanya di fokuskan pada pelanggan yang pernah menggunakan jasa kirim J&T Express Cabang Sipirok.
4. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini dikarenakan perbedaan pikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden akan tujuan penelitian ini.

Akan tetapi, peneliti berusaha semaksimal mungkin agar keterbatasan yang dialami tidak mengurangi makna dalam penelitian ini. Dengan kata lain, semampu dan segala upaya serta kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok, peneliti mendapatkan Kesimpulan yaitu, berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel kualitas layanan sebesar $(3,266) > t_{tabel}$ $(1,661)$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Sipirok, maka H_{a1} diterima dan H_{02} ditolak. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel kepuasan pelanggan sebesar $(3,199) > t_{tabel}$ $(1,661)$, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Sipirok, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Sipirok. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai F_{hitung} sebesar $(167,889) > F_{tabel}$ sebesar $(2,361)$. sehingga secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Sipirok, maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh sebesar 78,3 % terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express Sipirok. Hal ini dapat dibuktikan

dengan melihat nilai koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,783.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi J&T Express Sipirok, sebagaimana hasil dari penelitian bahwa secara parsial kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka peneliti memberi saran agar pihak perusahaan selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan di setiap bagian dari perusahaan demi mendapatkan loyalitas tinggi dari pelanggan.
2. Bagi akademik, diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai tambahan ilmu dan informasi serta referensi bagi penelitian selanjutnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan yang membahas mengenai kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, karena terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas perusahaan, peneliti harus mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, disarankan untuk menambah informasi dalam penelitian yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. K. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. *Oral Oncology Reports*, 12, 100662. <https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
- Anjani, R. N., & Hersusetiyati. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Exspress Cipadung Kota Bandung. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32897/dimensi.v3i1.2009>
- Annisa, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gapoktan Maju Bersama Cimanggis Depok* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Destrina, A. A. (2023). *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar Di Kota Surabaya* [PhD Thesis, UPN" Veteran" Jawa Timur]. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/14498>
- Destrina, A. A., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gocar Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 2639–2646. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Ferdian. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi J&T Express di Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry].
- Fuaddi, H., Ramaddan, F. R., Km, J. D.-P., & Siak, K. K. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Express Cabang Kandis Riau*. 12(01).
- Henti, R. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas (Studi Pada Mahasiswa PTS Bandung Pengguna Jasa Layanan Kurir J&T Express Bandung)*. Universitas Telkom, S1 Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika). <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/157622/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-dan-loyalitas-studi-pada-mahasiswa-pts-bandung-pengguna-jasa-layanan-kurir-j-t-express-bandung-.html>
- Holifatun Fatonah, Rani, & Purwatiningsih. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 186–201. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i3.361>
- Irianto, H. A. (2016). *Statistik Konsep Dasar*. Prenada Media. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=2db0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=>

PA14&dq=Agus+Irianto,+Statistik+Konsep+Dasar+Aplikasi+Dan+Pengembangannya+&ots=N4yyZ4ycM_&sig=S-aNMmnFOpr0wkJroyVsWJzA1T0

Irianto, H. A. (2019). *Statistik Konsep Dasar; Aplikasi, dan Pengembangannya*. Kencana.

J&T Express. (t.t.). Diambil 6 Mei 2025, dari [https:// id.m.wikipedia.org/](https://id.m.wikipedia.org/)

J&T Express Indonesia. Diambil 6 Mei 2025, dari <http://jntexpress.web.id/>

J&T Express Reguler. Diambil 6 Mei 2025, dari <https://jetregulerepress.blogspot.com/p/visi-dan-misi.html>

J&T Profil Perusahaan. (t.t.). Diambil 6 Mei 2025, dari [https:// jet.co.id/](https://jet.co.id/)

Juliawati, T. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Kirim J&T Expres* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Palopo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15 ed.). Erlangga.

Laksana, F. (2015). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Erlangga.

M.M, L. S., S. E., & S.M, T. N. (2020). *Implementasi Pengukuran Current Ratio, Debt to Equity Ratio dan Return on Equity serta Pengaruhnya terhadap Return*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

M.Si, D. S. W., SE. (2020). *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan*. Scopindo Media Pustaka.

M.Si, Z. M., & M.Pd, H. F. N. (2022). *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Merdeka Kreasi Group.

Mufidah, A. A. F. (2022). *Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Gojek di Solo* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Muntasiroh, I. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Penggunaan Layanan Produk Brilink (Studi Kasus Dikecamatan Melinting)* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Metro.

Nadra, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Sinar Surya Palembang* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Palembang.

Nasution, M. N. (2016). *Manajemen Jasa Terpadu*. Erlangga.

Noveiana, H. F., & Munarsih. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Duta Mas Jakarta Barat*. 8(1), 1–9.

Nurdiansyah, R. E., Hendayana, Y., & Sulistyowati, A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan J&T Express Babelan. *Kampus Akademik Publishing*, 2(8), 286–299. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2280>

Padmawati, K. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Manajemen*, 8(3).

Prastio, R. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Putri, K. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Express di Kota Singaraja* [Skripsi, Universitas Pendidikan Ganesha]. <https://repo.undiksha.ac.id/10942/>

Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206>

Safitri, E. R. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNT Expres Cabang Batam* [Skripsi, Prodi Manajemen]. <http://repository.upbatam.ac.id/6023/>

Safitri, E. R., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNT Expres Cabang Batam. *Journal of Management & Business*, 7(1), 1233–1244.

Sejati, S. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Karesidenan Surakarta*. 3(4).

Sudirjo, F., Sari, M. D., & Siregar, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Religiustitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi*. 8(1).

Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>

Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Alfabeta.

Triharjono, B. A., Banjarnahor, A. R., Cecep, H., Sari, O. H., Simarmata, N. I. P., Simanjuntk, M., Harizahayu, Kato, I., Lie, D., & Tjahjana, D. (2021). *Teori Desain Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.

Tungga, A. W., Saputra, K. A. K., & Vijaya, D. P. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis* (pertama). Graha Ilmu. <https://grahailmu.co.id/previewpdf/978-602-262-341-0-1384.pdf>

Wardana, I. F. B., & Astutiningsih, S. E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6764>

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Pustaka Setia.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Samsuddin Aliamsyah Siregar
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Pagaran Batu, 24 September 1999
Anak ke : 4 dari 6 bersaudara
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Ling. Pagaran Batu, Kel. Parau Sorat,
Kec.Sipirok,Tapsel
Telepon/Hp : 0822-6726-0608
E-mail : samsudinhp2021@gmail.com

DATA ORANGTUA/WALI

Nama Ayah : Alm.Maratua Siregar
Nama Ibu : Nur Asima Harahap
Alamat : Ling. Pagaran Batu. Kel. Parau Sorat,
Kec.Sipirok,Tapsel

Latar Belakang Pendidikan

Tahun (2006-2012) : SD N 102370 Muara Siregar
Tahun (2012-2015) : MTsN Sipirok
Tahun (2015-2018) : MAN Sipirok
Tahun (2018-sekarang) : UIN Syahada Padangsidempuan

Lampiran 1 Kuesioner / Angket

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risna Hairani Sitompul, MM

NIDN : 0119038306

Telah memberikan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Cabang Sipirok”.

Yang disusun oleh:

Nama : Samsuddin Aliamsyah Siregar

Nim : 1840200153

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Mengatakan hal yang positif	1,2			
Merekomendasikan kepada orang lain	3,4			
Pembelian yang dilakukan secara terus menerus	5,6			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS LAYANAN (X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Keandalan	7,8			
Jaminan	9,10			
Bukti Fisik	11,12			
Empati	13,14			
Daya Tanggap	15,16			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (X2)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kualitas Produk	17,18			
Persepsi Kinerja	19,20			
Penilaian Pelanggan	21,22			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA J&T EXPRESS CABANG SIPIROK

C. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :

D. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Beri tanda Centang (✓) pada pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia
2. Terdapat 5 pilihan jawaban yang tersedia unntuk masing-masing pernyataan, yaitu;
 - a. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
 - b. TS = Tidak Setuju (2)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. S = Setuju (4)
 - e. SS = Sangat Setuju (5)

E. KUESIONER PENELITIAN

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Mengatakan hal yang positif	1) Saya sering menceritakan pengalaman positif saya menggunakan J&T Express.					

	2) J&T selalu memberikan hubungan yang kuat kepada pelanggan.					
Merekomendasikan kepada orang lain	3) Bersedia merekomendasikan J&T Express kepada orang lain.					
	4) Saya percaya orang lain juga akan puas menggunakan J&T Express.					
Pembelian terus menerus	5) Saya akan terus menggunakan layanan J&T Express di masa mendatang.					
	6) Saya lebih memilih J&T Express dibandingkan ekspedisi lain.					

Variabel Kualitas Layanan (X1)

Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Keandalan	7) J&T Express Cabang Sapirok selalu mengirimkan barang tepat waktu.					
	8) J&T Express Cabang Sapirok dapat diandalkan dalam menangani keluhan pelanggan.					
Jaminan	9) Petugas J&T Express Cabang Sapirok memberikan rasa aman saat mengirimkan paket.					
	10) Petugas J&T Express Cabang Sapirok memberikan jaminan barang yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.					
Bukti Fisik	11) J&T Express memiliki ruangan yang bersih.					

	12) Penampilan petugas J&T Express terlihat rapi.					
Empati	13) Petugas J&T Express selalu menghargai perasaan pelanggan.					
	14) Petugas J&T Express memahami kebutuhan setiap pelanggan.					
Daya Tanggap	15) Petugas J&T Express segera memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan.					
	16) J&T Express memberikan pelayanan yang tepat untuk kepuasan pelanggan.					

Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kepuasan terhadap kualitas produk	17) Puas dengan kualitas pengiriman yang dilakukan oleh J&T Express.					
	18) Saya merasa barang sampai dalam kondisi baik saat menggunakan layanan J&T.					
Kepuasan terhadap persepsi kinerja	19) J&T Express bekerja sesuai dengan harapan Saya.					
	20) Saya menilai kinerja J&T Express sudah memuaskan.					
Penilaian pelanggan	21) Secara keseluruhan, puas dengan layanan yang diberikan J&T Express.					
	22) Saya merasa keputusan saya menggunakan J&T Express adalah keputusan yang tepat.					

X1.10	Pearson Correlation	,719**	,718**	,709**	,746**	,691**	,776**	,586**	,701**	,724**	1	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	,891**	,890**	,880**	,904**	,862**	,874**	,804**	,872**	,908**	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	KEPUASAN PELANGGAN
X2.1	Pearson Correlation	1	,773**	,842**	,746**	,854**	,794**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	,773**	1	,751**	,823**	,774**	,805**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	,842**	,751**	1	,744**	,844**	,775**	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	,746**	,823**	,744**	1	,777**	,770**	,889**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	,854**	,774**	,844**	,777**	1	,821**	,930**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	,794**	,805**	,775**	,770**	,821**	1	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,918**	,901**	,909**	,889**	,930**	,911**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	LOYALITAS PELANGGAN
Y.1	Pearson Correlation	1	,758**	,730**	,684**	,706**	,666**	,839**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	,758**	1	,791**	,823**	,765**	,757**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	,730**	,791**	1	,852**	,856**	,794**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	,684**	,823**	,852**	1	,816**	,880**	,932**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	,706**	,765**	,856**	,816**	1	,854**	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	,666**	,757**	,794**	,880**	,854**	1	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,839**	,902**	,925**	,932**	,917**	,912**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

Uji Reabilitas

Variabel Kualitas Layanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,965	10

Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,958	6

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,0993784
	Std. Deviation	3,21868575
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,045
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan	,121	8,291
	Kepuasan pelanggan	,121	8,291

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,895	,908		-,985	,327
	KUALITAS LAYANAN	,088	,068	,350	1,299	,197
	KEPUASAN PELANGGAN	,034	,105	,087	,322	,748

a. Dependent Variable: ABS

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,053	1,347		-1,524	,131
	KUALITAS LAYANAN	,329	,101	,454	3,266	,002
	KEPUASAN PELANGGAN	,499	,156	,445	3,199	,002

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,053	1,347		-1,524	,131
	KUALITAS LAYANAN	,329	,101	,454	3,266	,002
	KEPUASAN PELANGGAN	,499	,156	,445	3,199	,002

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2760,761	2	1380,381	167,889	,000 ^b
	Residual	764,645	93	8,222		
	Total	3525,406	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,885 ^a	,783	,778	2,867

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Imam Tantowi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Dwi Suci Widiastuti	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	31
Mahmul Saleh Harahap	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
Syukran Chaniago	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Andre Dinata	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
Riko Alfandy	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
Nanda Rohman	3	1	2	2	2	2	2	1	1	3	19
Adnan Buyung Hasibuan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Baleo Sakti Nahombang Hasibuan	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	25
Rosita Siregar	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
Salsabil	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	41
Edo Tobing	3	4	4	3	2	3	2	2	3	2	28
Nina Nursari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Abdurrahman	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Nadia Ramadhani Nasution	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
Abdur Rahman Siregar	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
Zubaidah Siregar	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	44
Fahri Muhamad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Wilda Hairani Batubara	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
Wilda Hairani Batubara	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
Karoni Ayu Natasya Lumban Gaol	4	4	4	3	4	4	1	3	3	4	34

Ummi Nasution	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	31
Virna Putri Alfiyah	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	15
Siti Nurindah Sari	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	34
Abdul Aziz Nst	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	37
Teti Maulina Dimyati	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	34
Muhammad Rahul Harahap	1	2	1	1	1	1	3	3	2	1	16
Khoirul Anwar Siregar	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	32
Mansyuriah Panggabean	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
Ibnu Wahid Kurniawan Simbolon	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	39
Sangkot Pane	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	39
Afandi Daulay	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
Khairul Anwar Ibrahim	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
Pitri Indah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Rizky Amanda Hsb	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36
Anggi Azhari Harahap	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Wahyu Alfarizi	4	4	4	4	3	2	4	3	4	2	34
Ricky	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
Erman Saleh Ritonga	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Asrawani Harahap	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
Rizky Ramadhan Siregar	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	41
Madina Siregar	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
Halijah Siregar	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41

Pethot Harebol Luambing	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	34
Aldo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Habnida	4	3	4	3	4	4	1	3	4	4	34
Zaki	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45
Yisda Amelia	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
Sofia Tawarni	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Wihdiani Alfisyahria Hasibuan	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
Balmond Biden	4	4	3	4	4	3	4	3	4	1	34
Tyo Amelia Hasibuan	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
Netri Yulika Nst	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
Lolyanti Hasibuan	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
Alya Mora	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Wilda Anisah Lubis	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	27

Hasil Uji Instrumen Kepuasan Pelanggan (X2)

Nama Lengkap	Kepuasan Pelanggan (X2)							T.X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		
Baginda Siregar	1	4	1	3	2	2	13	
Rina Novianti	5	5	5	4	4	5	28	
Rina Siregar	5	5	5	4	5	5	29	
Siregar	5	5	4	5	5	4	28	
Paisah Nurul Hidayah	4	4	4	4	4	4	24	
Jeki Dongoran	4	5	4	4	4	4	25	

Astri Khodimatus Sholihah	4	4	4	4	4	4	24
Nuralika Yepsi	4	4	4	4	3	2	21
Nova Fitria Tanjung	4	4	4	4	4	4	24
Yaisah	4	4	4	4	4	4	24
Firda Nurzannah	5	5	5	5	5	5	30
Mochammad Albab Ibtihal Shiddekh	4	4	4	4	4	4	24
Elcih Ardhini Panggabean	4	4	4	4	4	4	24
Nur Azizah Fazriyani	4	5	4	4	5	4	26
Murni Cahnia	5	5	5	5	5	5	30
Muhammad Dedi	4	4	4	4	4	4	24
Shella Qurrotusyariyah	4	4	4	4	4	4	24
Viranti Eka	4	4	4	4	4	4	24
Imam Tantowi	4	4	4	4	4	4	24
Dwi Suci Widiastuti	3	3	2	4	3	3	18
Mahmul Saleh Harahap	4	5	4	5	5	4	27
Syukran Chaniago	4	4	4	4	4	4	24
Andre Dinata	3	3	3	3	3	4	19
Riko Alfandy	4	4	4	4	5	4	25
Nanda Rohman	2	1	1	2	2	3	11
Adnan Buyung Hasibuan	1	1	1	1	1	1	6
Baleo Sakti Nahombang Hasibuan	2	2	2	2	2	2	12
Rosita Siregar	5	5	4	4	4	5	27
Salsabil	3	4	5	4	4	4	24

Edo Tobing	3	3	2	3	3	3	17
Nina Nursari	4	4	4	4	4	4	24
Abdurrahman	4	4	4	4	4	4	24
Nadia Ramadhani Nasution	4	5	5	5	5	4	28
Abdur Rahman Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Zubaidah Siregar	4	5	4	3	5	5	26
Fahri Muhamad	4	4	4	4	4	4	24
Wilda Hairani Batubara	4	4	4	4	4	4	24
Wilda Hairani Batubara	4	4	4	4	4	4	24
Karoni Ayu Natasya Lumban Gaol	4	4	4	4	3	4	23
Ummi Nasution	4	4	4	4	4	4	24
Virna Putri Alfiyah	1	2	2	2	1	1	9
Siti Nurindah Sari	4	4	3	3	4	4	22
Abdul Aziz Nst	4	4	4	4	4	4	24
Teti Maulina Dimiyati	3	4	3	3	3	3	19
Muhammad Rahul Harahap	1	2	2	1	1	1	8
Khoirul Anwar Siregar	3	3	4	3	3	3	19
Mansyuriah Panggabean	5	4	5	4	5	4	27
Ibnu Wahid Kurniawan Simbolon	4	4	4	5	5	5	27
Sangkot Pane	4	5	4	5	4	5	27
Afandi Daulay	4	5	4	3	5	5	26
Khairul Anwar Ibrahim	4	4	5	5	5	5	28
Pitri Indah	4	4	4	4	4	4	24

Rizky Amanda Hsb	4	4	3	3	4	4	22
Anggi Azhari Harahap	5	5	5	5	5	5	30
Wahyu Alfarizi	3	3	4	2	3	3	18
Ricky	4	5	4	4	4	5	26
Erman Saleh Ritonga	4	4	4	3	4	4	23
Asrawani Harahap	4	5	4	4	4	3	24
Rizky Ramadhan Siregar	4	5	4	4	4	5	26
Madina Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Halijah Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Silvi Yurisa Damanik	4	4	4	4	4	4	24
Khodijah	5	5	4	5	5	4	28
Henry Sanada Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Saddam Huseini Siregar	1	1	1	1	1	1	6
Salpian Siregar	4	4	5	4	4	4	25
Iswandi Siregar	3	4	3	3	3	2	18
Nurhidayah Siregar	4	5	4	4	4	5	26
Yusni Emila Siregar	4	5	4	5	4	5	27
Jalaluddin Siregar	5	5	4	5	4	5	28
Yeny Elfiani	4	4	4	4	5	4	25
Ahmad Riadi Nasution	4	5	4	5	4	5	27
Alvin Maghfiroh Tanjung	5	4	5	4	5	4	27
Putra Harahap	5	4	5	4	5	4	27
Abel Saputra Hasibuan	5	4	5	4	5	4	27

Ali Marwan Siregar	4	4	4	4	5	4	25
Andriansyah Hutasuhut	4	4	5	4	5	5	27
Hapsah Harianti Siregar	4	4	4	5	4	4	25
Ahmad Nasution	4	4	5	4	5	5	27
Riska Hati Pulungan	4	4	5	4	4	4	25
Magran Tanjung	4	3	3	3	4	4	21
Noviyanti Azizah Lubis	4	5	4	5	4	5	27
Diko Rahmadi	2	2	2	2	2	2	12
Pethot Harebol Luambing	4	4	4	2	3	4	21
Aldo	1	1	1	1	1	1	6
Habnida	3	3	3	3	3	3	18
Zaki	4	4	4	4	3	3	22
Yisda Amelia	4	5	4	5	3	5	26
Sofia Tawarni	4	4	4	4	4	4	24
Wihdiani Alfisyahria Hasibuan	2	5	4	5	4	5	25
Balmond Biden	2	3	2	3	3	2	15
Tyo Amelia Hasibuan	4	4	4	4	4	4	24
Netri Yulika Nst	3	3	3	3	3	3	18
Lolyanti Hasibuan	4	4	5	4	5	5	27
Alya Mora	4	4	4	4	4	4	24
Wilda Anisah Lubis	3	3	2	2	2	3	15

Hasil Uji Instrumen Loyalitas Pelanggan (Y)

Nama Lengkap	Loyalitas Pelanggan (Y)						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	T.Y
Baginda Siregar	3	1	1	1	1	1	8
Rina Novianti	5	5	4	5	4	5	28
Rina Siregar	5	4	5	5	4	5	28
Siregar	5	4	5	5	4	5	28
Paisah Nurul Hidayah	3	4	4	3	3	3	20
Jeki Dongoran	5	5	4	4	5	5	28
Astri Khodimatus Sholihah	2	3	3	3	3	2	16
Nuralika Yepsi	4	3	4	3	4	4	22
Nova Fitria Tanjung	3	3	3	3	3	3	18
Yaisah	3	4	4	4	4	4	23
Firda Nurzannah	5	5	5	5	5	5	30
Mochammad Albab Ibtihal Shiddekh	4	4	4	4	4	4	24
Elciah Ardhini Panggabean	4	4	4	4	4	4	24
Nur Azizah Fazriyani	4	4	5	4	4	5	26
Murni Cahnia	5	5	5	5	5	5	30
Muhammad Dedi	3	3	3	3	3	3	18
Shella Qurrotusyariyah	2	4	4	4	4	4	22
Viranti Eka	4	4	4	4	4	4	24
Imam Tantowi	3	3	3	3	3	3	18
Dwi Suci Widiastuti	3	3	2	2	3	3	16

Mahmul Saleh Harahap	4	5	4	4	4	4	25
Syukran Chaniago	4	4	4	4	4	4	24
Andre Dinata	3	3	3	3	3	3	18
Riko Alfandy	2	2	2	2	4	4	16
Nanda Rohman	1	1	2	1	2	2	9
Adnan Buyung Hasibuan	1	1	1	1	1	1	6
Baleo Sakti Nahombang Hasibuan	2	2	2	2	2	2	12
Rosita Siregar	5	5	5	5	5	5	30
Salsabil	3	4	4	5	4	5	25
Edo Tobing	3	3	3	2	3	2	16
Nina Nursari	4	4	4	4	4	4	24
Abdurrahman	4	4	4	4	4	4	24
Nadia Ramadhani Nasution	3	4	4	4	4	4	23
Abdur Rahman Siregar	5	5	5	5	4	4	28
Zubaidah Siregar	4	5	5	4	4	5	27
Fahri Muhamad	3	4	3	3	3	3	19
Wilda Hairani Batubara	3	3	3	3	3	3	18
Wilda Hairani Batubara	3	3	3	3	3	3	18
Karoni Ayu Natasya Lumban Gaol	3	4	4	4	4	4	23
Ummi Nasution	3	4	4	4	4	4	23
Virna Putri Alfiyah	1	2	1	2	1	1	8
Siti Nurindah Sari	4	4	4	3	3	3	21
Abdul Aziz Nst	4	4	2	2	3	3	18

Teti Maulina Dimiyati	4	3	3	3	3	3	19
Muhammad Rahul Harahap	2	1	1	1	1	1	7
Khoirul Anwar Siregar	3	4	4	4	4	4	23
Mansyuriah Panggabean	4	5	4	5	4	5	27
Ibnu Wahid Kurniawan Simbolon	4	4	5	4	5	5	27
Sangkot Pane	3	4	4	4	3	5	23
Afandi Daulay	4	3	4	5	4	5	25
Khairul Anwar Ibrahim	4	4	4	4	4	4	24
Pitri Indah	1	4	4	4	4	4	21
Rizky Amanda Hsb	1	2	3	3	3	3	15
Anggi Azhari Harahap	5	5	5	5	5	5	30
Wahyu Alfarizi	2	3	3	2	3	2	15
Ricky	5	5	4	4	5	4	27
Erman Saleh Ritonga	4	5	4	4	5	5	27
Asrawani Harahap	4	4	2	2	2	2	16
Rizky Ramadhan Siregar	4	5	4	4	4	4	25
Madina Siregar	3	4	4	4	3	3	21
Halijah Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Silvi Yurisa Damanik	4	4	4	4	4	4	24
Khodijah	1	2	3	4	4	5	19
Henry Sanada Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Saddam Huseini Siregar	1	1	1	1	1	1	6
Salpian Siregar	4	4	5	4	4	5	26

Iswandi Siregar	3	4	3	3	3	3	19
Nurhidayah Siregar	4	5	4	4	5	5	27
Yusni Emila Siregar	5	4	5	5	5	5	29
Jalaluddin Siregar	4	4	5	4	5	4	26
Yeny Elfiani	3	4	4	4	4	3	22
Ahmad Riadi Nasution	4	5	5	4	4	5	27
Alvin Maghfiroh Tanjung	5	4	5	4	5	4	27
Putra Harahap	5	4	5	4	5	4	27
Abel Saputra Hasibuan	5	4	5	4	5	4	27
Ali Marwan Siregar	4	4	4	4	4	4	24
Andriansyah Hutasuhut	4	5	5	4	4	4	26
Hapsah Harianti Siregar	4	5	4	5	4	4	26
Ahmad Nasution	4	4	4	4	4	4	24
Riska Hati Pulungan	5	4	5	4	4	4	26
Magran Tanjung	3	3	5	5	4	4	24
Noviyanti Azizah Lubis	4	5	4	5	4	5	27
Diko Rahmadi	1	1	1	2	3	3	11
Pethot Harebol Luambing	3	5	5	5	4	3	25
Aldo	1	1	1	1	1	1	6
Habnida	3	3	2	3	3	3	17
Zaki	5	4	5	4	5	4	27
Yisda Amelia	4	5	4	5	5	5	28
Sofia Tawarni	3	3	3	3	3	3	18

Wihdiani Alfisyahria Hasibuan	4	5	4	5	4	5	27
Balmond Biden	3	3	2	3	3	2	16
Tyo Amelia Hasibuan	4	4	4	4	4	4	24
Netri Yulika Nst	2	1	3	1	3	1	11
Lolyanti Hasibuan	5	4	4	5	4	5	27
Alya Mora	4	4	4	4	4	4	24
Wilda Anisah Lubis	2	3	3	2	3	2	15

Tabel r-tabel (df = n - 3) untuk k = 2 | Uji Dua Sisi

Alpha: 0.10, 0.05, 0.025, 0.01, 0.005, 0.001 | n = 4 sampai 200

n	df	alpha=0.1	alpha=0.05	alpha=0.025	alpha=0.01	alpha=0.005	alpha=0.001
4	1	0,988	0,997	0,999	1,000	1,000	1,000
5	2	0,900	0,950	0,975	0,990	0,995	0,999
6	3	0,805	0,878	0,924	0,959	0,974	0,991
7	4	0,729	0,811	0,868	0,917	0,942	0,974
8	5	0,669	0,754	0,817	0,875	0,906	0,951
9	6	0,621	0,707	0,771	0,834	0,870	0,925
10	7	0,582	0,666	0,732	0,798	0,836	0,898
11	8	0,549	0,632	0,697	0,765	0,805	0,872
12	9	0,521	0,602	0,667	0,735	0,776	0,847
13	10	0,497	0,576	0,640	0,708	0,750	0,823
14	11	0,476	0,553	0,616	0,684	0,726	0,801
15	12	0,458	0,532	0,594	0,661	0,703	0,780
16	13	0,441	0,514	0,575	0,641	0,683	0,760
17	14	0,426	0,497	0,557	0,623	0,664	0,742
18	15	0,412	0,482	0,541	0,606	0,647	0,725
19	16	0,400	0,468	0,526	0,590	0,631	0,708
20	17	0,389	0,456	0,512	0,575	0,616	0,693
21	18	0,378	0,444	0,499	0,561	0,602	0,679
22	19	0,369	0,433	0,487	0,549	0,589	0,665
23	20	0,360	0,423	0,476	0,537	0,576	0,652
24	21	0,352	0,413	0,466	0,526	0,565	0,640
25	22	0,344	0,404	0,456	0,515	0,554	0,629
26	23	0,337	0,396	0,447	0,505	0,543	0,618
27	24	0,330	0,388	0,439	0,496	0,534	0,607
28	25	0,323	0,381	0,430	0,487	0,524	0,597
29	26	0,317	0,374	0,423	0,479	0,515	0,588
30	27	0,311	0,367	0,415	0,471	0,507	0,579
31	28	0,306	0,361	0,409	0,463	0,499	0,570

32	29	0,301	0,355	0,402	0,456	0,491	0,562
33	30	0,296	0,349	0,396	0,449	0,484	0,554
34	31	0,291	0,344	0,390	0,442	0,477	0,547
35	32	0,287	0,339	0,384	0,436	0,470	0,539
36	33	0,283	0,334	0,378	0,430	0,464	0,532
37	34	0,279	0,329	0,373	0,424	0,458	0,525
38	35	0,275	0,325	0,368	0,418	0,452	0,519
39	36	0,271	0,320	0,363	0,413	0,446	0,513
40	37	0,267	0,316	0,359	0,408	0,441	0,507
41	38	0,264	0,312	0,354	0,403	0,435	0,501
42	39	0,260	0,308	0,350	0,398	0,430	0,495
43	40	0,257	0,304	0,346	0,393	0,425	0,490
44	41	0,254	0,301	0,342	0,389	0,420	0,484
45	42	0,251	0,297	0,338	0,384	0,416	0,479
46	43	0,248	0,294	0,334	0,380	0,411	0,474
47	44	0,246	0,291	0,330	0,376	0,407	0,469
48	45	0,243	0,288	0,327	0,372	0,403	0,465
49	46	0,240	0,285	0,323	0,368	0,399	0,460
50	47	0,238	0,282	0,320	0,365	0,395	0,456
51	48	0,235	0,279	0,317	0,361	0,391	0,451
52	49	0,233	0,276	0,314	0,358	0,387	0,447
53	50	0,231	0,273	0,311	0,354	0,384	0,443
54	51	0,228	0,271	0,308	0,351	0,380	0,439
55	52	0,226	0,268	0,305	0,348	0,377	0,435
56	53	0,224	0,266	0,302	0,345	0,373	0,432
57	54	0,222	0,263	0,299	0,341	0,370	0,428
58	55	0,220	0,261	0,297	0,339	0,367	0,424
59	56	0,218	0,259	0,294	0,336	0,364	0,421
60	57	0,216	0,256	0,292	0,333	0,361	0,418
61	58	0,214	0,254	0,289	0,330	0,358	0,414
62	59	0,213	0,252	0,287	0,327	0,355	0,411

63	60	0,211	0,250	0,285	0,325	0,352	0,408
64	61	0,209	0,248	0,282	0,322	0,349	0,405
65	62	0,207	0,246	0,280	0,320	0,347	0,402
66	63	0,206	0,244	0,278	0,317	0,344	0,399
67	64	0,204	0,242	0,276	0,315	0,342	0,396
68	65	0,203	0,240	0,274	0,313	0,339	0,393
69	66	0,201	0,239	0,272	0,310	0,337	0,390
70	67	0,200	0,237	0,270	0,308	0,334	0,388
71	68	0,198	0,235	0,268	0,306	0,332	0,385
72	69	0,197	0,234	0,266	0,304	0,330	0,382
73	70	0,195	0,232	0,264	0,302	0,327	0,380
74	71	0,194	0,230	0,262	0,300	0,325	0,377
75	72	0,193	0,229	0,260	0,298	0,323	0,375
76	73	0,191	0,227	0,259	0,296	0,321	0,372
77	74	0,190	0,226	0,257	0,294	0,319	0,370
78	75	0,189	0,224	0,255	0,292	0,317	0,368
79	76	0,188	0,223	0,254	0,290	0,315	0,365
80	77	0,186	0,221	0,252	0,288	0,313	0,363
81	78	0,185	0,220	0,251	0,286	0,311	0,361
82	79	0,184	0,219	0,249	0,285	0,309	0,359
83	80	0,183	0,217	0,247	0,283	0,307	0,357
84	81	0,182	0,216	0,246	0,281	0,305	0,355
85	82	0,181	0,215	0,244	0,280	0,304	0,353
86	83	0,180	0,213	0,243	0,278	0,302	0,351
87	84	0,179	0,212	0,242	0,276	0,300	0,349
88	85	0,178	0,211	0,240	0,275	0,298	0,347
89	86	0,176	0,210	0,239	0,273	0,297	0,345
90	87	0,175	0,208	0,238	0,272	0,295	0,343
91	88	0,174	0,207	0,236	0,270	0,293	0,341
92	89	0,174	0,206	0,235	0,269	0,292	0,339
93	90	0,173	0,205	0,234	0,267	0,290	0,338

94	91	0,172	0,204	0,232	0,266	0,289	0,336
95	92	0,171	0,203	0,231	0,264	0,287	0,334
96	93	0,170	0,202	0,230	0,263	0,286	0,332
97	94	0,169	0,201	0,229	0,262	0,284	0,331
98	95	0,168	0,200	0,228	0,260	0,283	0,329
99	96	0,167	0,199	0,226	0,259	0,281	0,327
100	97	0,166	0,198	0,225	0,258	0,280	0,326
101	98	0,165	0,197	0,224	0,256	0,279	0,324
102	99	0,165	0,196	0,223	0,255	0,277	0,323
103	100	0,164	0,195	0,222	0,254	0,276	0,321
104	101	0,163	0,194	0,221	0,253	0,275	0,320
105	102	0,162	0,193	0,220	0,252	0,273	0,318
106	103	0,161	0,192	0,219	0,250	0,272	0,317
107	104	0,161	0,191	0,218	0,249	0,271	0,315
108	105	0,160	0,190	0,217	0,248	0,269	0,314
109	106	0,159	0,189	0,216	0,247	0,268	0,312
110	107	0,158	0,188	0,215	0,246	0,267	0,311
111	108	0,158	0,187	0,214	0,245	0,266	0,310
112	109	0,157	0,187	0,213	0,244	0,265	0,308
113	110	0,156	0,186	0,212	0,242	0,263	0,307
114	111	0,156	0,185	0,211	0,241	0,262	0,306
115	112	0,155	0,184	0,210	0,240	0,261	0,304
116	113	0,154	0,183	0,209	0,239	0,260	0,303
117	114	0,153	0,182	0,208	0,238	0,259	0,302
118	115	0,153	0,182	0,207	0,237	0,258	0,300
119	116	0,152	0,181	0,206	0,236	0,257	0,299
120	117	0,152	0,180	0,205	0,235	0,256	0,298
121	118	0,151	0,179	0,205	0,234	0,255	0,297
122	119	0,150	0,179	0,204	0,233	0,254	0,295
123	120	0,150	0,178	0,203	0,232	0,253	0,294
124	121	0,149	0,177	0,202	0,231	0,252	0,293

125	122	0,148	0,176	0,201	0,231	0,251	0,292
126	123	0,148	0,176	0,200	0,230	0,250	0,291
127	124	0,147	0,175	0,200	0,229	0,249	0,290
128	125	0,147	0,174	0,199	0,228	0,248	0,289
129	126	0,146	0,174	0,198	0,227	0,247	0,287
130	127	0,145	0,173	0,197	0,226	0,246	0,286
131	128	0,145	0,172	0,197	0,225	0,245	0,285
132	129	0,144	0,172	0,196	0,224	0,244	0,284
133	130	0,144	0,171	0,195	0,223	0,243	0,283
134	131	0,143	0,170	0,194	0,223	0,242	0,282
135	132	0,143	0,170	0,194	0,222	0,241	0,281
136	133	0,142	0,169	0,193	0,221	0,240	0,280
137	134	0,142	0,168	0,192	0,220	0,239	0,279
138	135	0,141	0,168	0,191	0,219	0,239	0,278
139	136	0,141	0,167	0,191	0,219	0,238	0,277
140	137	0,140	0,167	0,190	0,218	0,237	0,276
141	138	0,140	0,166	0,189	0,217	0,236	0,275
142	139	0,139	0,165	0,189	0,216	0,235	0,274
143	140	0,139	0,165	0,188	0,216	0,234	0,273
144	141	0,138	0,164	0,187	0,215	0,234	0,272
145	142	0,138	0,164	0,187	0,214	0,233	0,271
146	143	0,137	0,163	0,186	0,213	0,232	0,270
147	144	0,137	0,163	0,185	0,213	0,231	0,270
148	145	0,136	0,162	0,185	0,212	0,230	0,269
149	146	0,136	0,161	0,184	0,211	0,230	0,268
150	147	0,135	0,161	0,184	0,210	0,229	0,267
151	148	0,135	0,160	0,183	0,210	0,228	0,266
152	149	0,134	0,160	0,182	0,209	0,227	0,265
153	150	0,134	0,159	0,182	0,208	0,227	0,264
154	151	0,133	0,159	0,181	0,208	0,226	0,263
155	152	0,133	0,158	0,181	0,207	0,225	0,263

156	153	0,133	0,158	0,180	0,206	0,224	0,262
157	154	0,132	0,157	0,179	0,206	0,224	0,261
158	155	0,132	0,157	0,179	0,205	0,223	0,260
159	156	0,131	0,156	0,178	0,204	0,222	0,259
160	157	0,131	0,156	0,178	0,204	0,222	0,259
161	158	0,131	0,155	0,177	0,203	0,221	0,258
162	159	0,130	0,155	0,177	0,202	0,220	0,257
163	160	0,130	0,154	0,176	0,202	0,220	0,256
164	161	0,129	0,154	0,176	0,201	0,219	0,255
165	162	0,129	0,153	0,175	0,201	0,218	0,255
166	163	0,128	0,153	0,174	0,200	0,218	0,254
167	164	0,128	0,152	0,174	0,199	0,217	0,253
168	165	0,128	0,152	0,173	0,199	0,216	0,252
169	166	0,127	0,151	0,173	0,198	0,216	0,252
170	167	0,127	0,151	0,172	0,198	0,215	0,251
171	168	0,127	0,151	0,172	0,197	0,214	0,250
172	169	0,126	0,150	0,171	0,196	0,214	0,249
173	170	0,126	0,150	0,171	0,196	0,213	0,249
174	171	0,125	0,149	0,170	0,195	0,213	0,248
175	172	0,125	0,149	0,170	0,195	0,212	0,247
176	173	0,125	0,148	0,169	0,194	0,211	0,247
177	174	0,124	0,148	0,169	0,194	0,211	0,246
178	175	0,124	0,148	0,168	0,193	0,210	0,245
179	176	0,124	0,147	0,168	0,193	0,210	0,245
180	177	0,123	0,147	0,168	0,192	0,209	0,244
181	178	0,123	0,146	0,167	0,192	0,208	0,243
182	179	0,123	0,146	0,167	0,191	0,208	0,243
183	180	0,122	0,146	0,166	0,190	0,207	0,242
184	181	0,122	0,145	0,166	0,190	0,207	0,241
185	182	0,122	0,145	0,165	0,189	0,206	0,241
186	183	0,121	0,144	0,165	0,189	0,206	0,240

187	184	0,121	0,144	0,164	0,188	0,205	0,239
188	185	0,121	0,144	0,164	0,188	0,204	0,239
189	186	0,120	0,143	0,163	0,187	0,204	0,238
190	187	0,120	0,143	0,163	0,187	0,203	0,237
191	188	0,120	0,142	0,163	0,186	0,203	0,237
192	189	0,119	0,142	0,162	0,186	0,202	0,236
193	190	0,119	0,142	0,162	0,185	0,202	0,236
194	191	0,119	0,141	0,161	0,185	0,201	0,235
195	192	0,118	0,141	0,161	0,185	0,201	0,234
196	193	0,118	0,141	0,161	0,184	0,200	0,234
197	194	0,118	0,140	0,160	0,184	0,200	0,233
198	195	0,118	0,140	0,160	0,183	0,199	0,233
199	196	0,117	0,139	0,159	0,183	0,199	0,232
200	197	0,117	0,139	0,159	0,182	0,198	0,232

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56

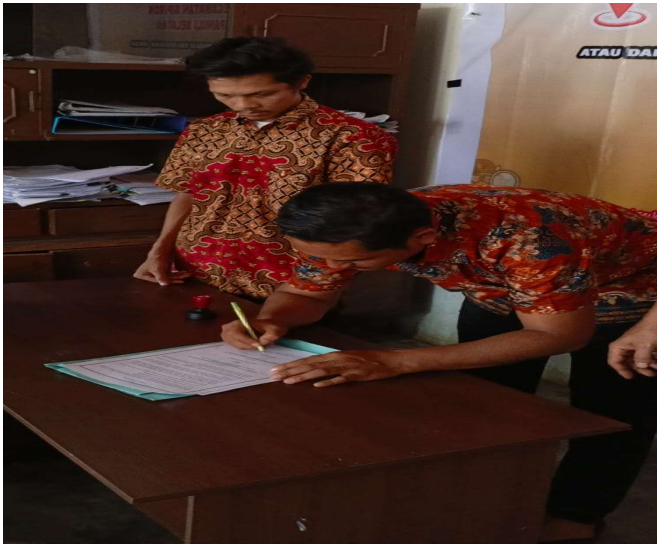
Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.57	1.55
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
127	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
128	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
129	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
130	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
131	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
132	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
133	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
134	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
135	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54

Lampiran 4 Dokumentasi



Wawancara dengan baginda Siregar dan Jalaluddin Siregar



Wawancara dengan Henry Sanada Siregar



Wawancara dengan Riska Hati Pulungan



Wawancara dengan Yisda Amelia



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 524/Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

17 Februari 2025

Yth. Bapak/Ibu;

1. Dra. H. Replita, M.Si : Pembimbing I
2. Risna Hairani Sitompul, MM : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Samsuddin Aliamsyah Siregar
NIM : 1840200153
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J & T Express Cabang Sipirok.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.