

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA J&T CARGO BANJARSARI SURAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh :

Fadilla Putri Maharani

21.11.01.52

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fadilla Putri Maharani
NIM : 21110152
Program Studi : Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada
J&T Cargo Banjarsari)

Disetujui dan Disahkan :

Hari : Kamis

Tanggal : 23 Januari 2025

Pembimbing,



Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si
NIDN.0004036901

Mengetahui

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.
NIDN. 0606069402

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Fadilla Putri Maharani

NIM 21110152

Program Studi : Manajemen

Judul : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada J&T
Cargo Banjarsari)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk
memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Hari : Kamis

Tanggal : 24 Juni 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si.

()

Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A.

()

Mengetahui



Ketua STIE Surakarta


Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NIDN. 0606118902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadilla Putri Maharani

NIM 21110152

Program Studi : Manajemen RI

Institusi : Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adlah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Surakarta, 22 Januari 2025
Pembuat Pernyataan



Fadilla Putri Maharani
NIM : 21110152

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Ada banyak warna di hidup ini, yang kamu perlu hanyalah tetap membuka mata dan mensyukurinya”

(Ustz. Halimah Alaydrus)

“Perjalanan seribu mil dimulai dari satu langkah kecil”

(Lao Tzu)

“Perang telah usai, aku bisa pulang. Ku baringkan panah dan berteriak
MENANG!”

(Nadin Amizah)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, serta ketekunan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini. Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk rasa terimakasih kepada :

1. Bapak terhebat Fajar Tri Widodo. Terimakasih kepada beliau yang dengan sabar memberikan motivasi dan pelajaran hidup yang luar biasa. Beliau juga yang dengan gigih bekerja keras dan dengan bangga membesarkan anak perempuan nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Pendidikan Sarjana yang tidak mudah ini dengan sebaik-baik nya
2. Mamah terhebatku Irene Dian Susilowatie. Terimakasih sudah berperan penting di hidup penulis dengan doa, ridho, semangat, perhatian, dan kasih sayang nya demi keberhasilan penulis dalam mengenyam Pendidikan sampai dengan Sarjana. Terimakasih mamah, atas berkat dan ridhomu ternyata anak perempuan yang selama ini bahunya harus setegar karang di lautan dan menjadi harapan terbesar mamah, akhirnya mampu memenangkan pertarungan hebat hingga memiliki gelar Sarjana Manajemen. Terimakasih atas segala nya yang telah mamah usahakan, hidup lebih lama di dunia ini sampai anak perempuan mu bisa membalas tangis, jerih dan payahmu dengan bahagia yang tiada ujung walaupun tidak sebanding dengan apa yang sudah diberikan kepada penulis sampai saat ini.
3. Kakak tercinta Guntur Fardi Saputra, S.Pd dan Pratiwi Yosi Rotul, S.Pd. Terimakasih telah memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan tanggung jawab dalam menulis skripsi. Terimakasih sudah menjadi kakak yang bisa menjadi contoh yang baik bagi penulis.
4. Terimakasih kepada teman-teman Bunda Inul Friztangga Ramadhani Putri, Bintang Purnama, Gede Adhi, Ifwat yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Terimakasih teman tersayang Syifa Redinta yang dengan tulus selalu bersedia menjadi tempat berkeluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikan nya skripsi ini. Terimakasih selalu ada dalam setiap masa-masa sulit saya.
6. Terimakasih Fadilla Putri Maharani, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sampai sejauh ini. Terimakasih mampu mengendalikan diri dari tekanan dalam berbagai keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, dengan terselesaikan nya skripsi ini merupakan bukti nyata bawah pencapaian yang diperjuangkan telah dimenangkan.
7. Erna Yuslian selaku pemilik J&T Cargo Banjarsari, yang sudah saya anggap sebagai ibu saya sendiri. Terimakasih telah ikut andil dalam perjuangan penulis, dengan support, motivasi dan kebesaran hatinya mengizinkan penulis untuk pergi ke kampus pada jam kerja sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
8. Terimakasih untuk pria yang saat ini menjadi partner saya yang senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis, yang selalu menjadi support system di hari yang tidak mudah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah berkontribusi banyak baik itu waktu, tenaga, pikiran, materi, maupun moril. Semoga jalan kita sama-sama dipermudah oleh-Nya.
9. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada J&T Cargo Banjarsari)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., Selaku Ketua STIE Surakarta.
2. Bapak Drs. Christiawan Hendratmoko, M.Si., Selaku Dosen pembimbing skripsi. Yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan semangat kepada penulis.
3. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan STIE Surakarta.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kajian Pustaka.....	12
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	28

A. Objek Penelitian	28
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
C. Sumber Data.....	28
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Definisi Operasional Variabel	32
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Data	39
B. Uji Instrument Data	40
C. Uji Asumsi Klasik.....	42
D. Analisis Regresi Linear Berganda	45
E. Uji Hipotesis.....	46
F. Pembahasan Hipotesis	49
BAB V PENUTUP.....	53
A. KESIMPULAN	53
B. SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2. Skor Nilai Kuesioner.....	32
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4. Deskripsi Responden	39
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	42
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 11. Hasil Uji t	47
Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik pengguna internet di Indonesia periode 2012-2023.....	2
Gambar 2. Grafik pengguna e-commerce 2017-2023.....	4
Gambar 3. Top Brand Jasa Pengiriman Tahun 2024	6
Gambar 4. Kerangka Pemikiran.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER PENELITIAN.....	59
Lampiran 2. Data Identitas Responden	63
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner Responden.....	69
Lampiran 4. Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
Lampiran 5. Hasil Output SPSS Asumsi Klasik	78
Lampiran 6. Hasil Output Regresi Linear Berganda.....	78
Lampiran 7. Hasil Output SPSS Uji Hipotesis	80

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA J&T CARGO BANJARSARI SURAKARTA)

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Banjarsari, Kabupaten Surakarta, Jawa Tengah. Penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengguna jasa yang menggunakan jasa ekspedisi J&T Cargo Banjarsari. Sampel data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online (data primer) dan populasi diperoleh dari semua pengguna jasa J&T Cargo Banjarsari Surakarta. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode uji kualitas/instrument data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis diolah menggunakan program IBM SPSS Statistic 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari, Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari, dan Kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari.

Kata kunci : Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY AND CONSUMER SATISFACTION ON CONSUMER LOYALTY (CASE STUDY ON J&T CARGO BANJARSARI SURAKARTA)

This study was conducted in Banjarsari District, Surakarta Regency, Central Java. The population used in this study were service users who used the J&T Cargo Banjarsari expedition service. Data samples were obtained by distributing questionnaires online (primary data) and the population was obtained from all users of J&T Cargo Banjarsari Surakarta services. The respondents in this study were 100 people. The method used in this study was non- probability sampling with a purposive sampling technique. Data analysis was carried out using the data quality/instrument test method, classical assumption test, and hypothesis test processed using the IBM SPSS Statistic 25 program. The results of this study indicate that Price has a significant effect on consumer loyalty of J&T Cargo Banjarsari, Service quality has a significant effect on consumer loyalty of J&T Cargo Banjarsari, and Consumer satisfaction does not have a significant effect on consumer loyalty of J&T Cargo Banjarsari.

Keywords: *Price, Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty*

BAB I

PENDAHULUAN

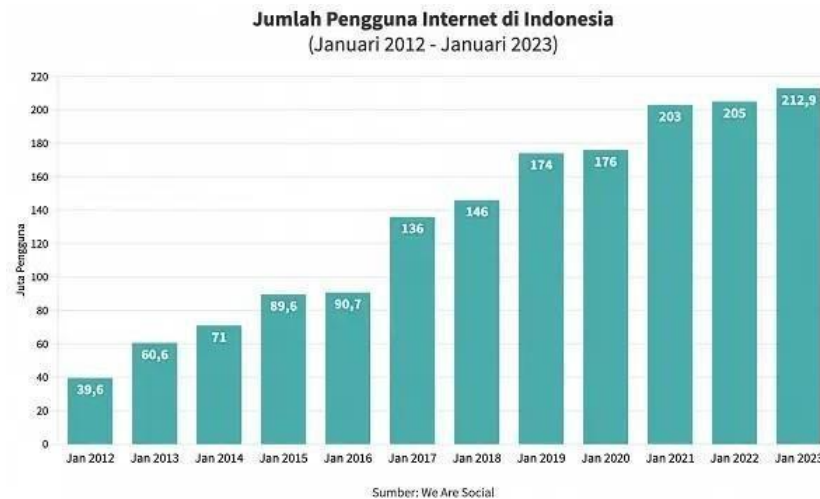
A. Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia saat ini mengalami perkembangan sangat pesat. Pada masa pandemi Covid-19 lalu banyak Perusahaan yang mengalami krisis operasional demi melanjutkan keberlangsungan Perusahaan dan menjadikan persaingan bisnis semakin ketat. Internet sangat diperlukan pada era pandemi Covid-19, saat itu pemerintah menerapkan berbagai protokol dan kebijakan untuk menghentikan penyebaran virus. Kebijakannya antara lain dengan membatasi aktivitas diluar rumah. Akibat kebijakan yang membatasi kegiatan diluar rumah, mempercepat pergeseran menuju dunia digital dan menggerakkan perilaku dan perubahan sosial Masyarakat.

Penggunaan teknologi pada masa sekarang cukup signifikan, tercatat oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhitung sejak tahun 2018, penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8%, kemudian secara berturut-turut, 73,7%, tahun 2020 (73,7%), tahun 2022 (77,01%) dan tahun 2023 (78,19%), dan tercatat pada

tahun 2024 APJII mengumumkan Tingkat penetrasi internet meningkat 1,4% sehingga menyentuh angka 79,5%.

Gambar 1. Grafik pengguna internet di Indonesia periode 2012-2023



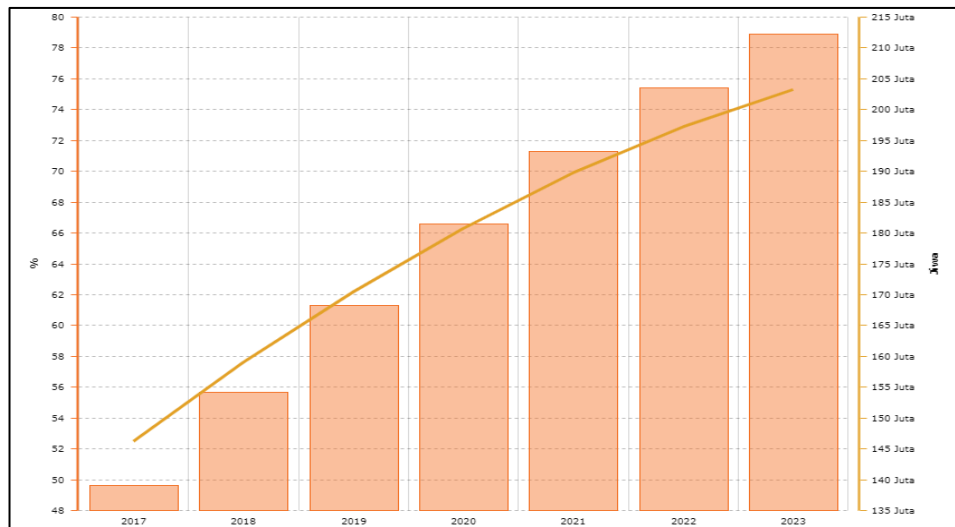
Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023

Paska masa pandemi, Masyarakat semakin berkembang dalam hal penggunaan teknologi untuk berbagai macam aktivitas, salah satunya melakukan jual beli menggunakan internet atau secara online. Data yang diperoleh dari *Indonesian E-commerce Association (IDEA)* memaparkan pada masa pandemi belanja online di Indonesia meningkat sebesar 25% hingga 30%.

Online marketplace juga bagian dari bentuk *e-commerce*, yang merupakan permodelan bisnis yang mempromosikan barang yang akan dijual, memberikan fasilitas transaksi uang secara online, dan seluruh transaksi difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan, contoh nya seperti Buka Lapak, Lazada, Shopee dan lain sebagainya.

Bisnis *e-commerce* memberikan fasilitas metode pengiriman barang dan jasa yang dipesan oleh konsumen. Tingginya Tingkat pembelian online pada *website* menyebabkan meningkatnya frekuensi pengiriman barang pada bisnis yang berjalan dibidang ekspedisi pengiriman, hal ini menyebabkan aktifnya proses pengiriman ekspedisi. Dari hal ini menunjukan bahwa konsumen memiliki perasaan yang kuat dengan jasa dan barang. Perkembangan *e-commerce* saat ini berdampak negative pada distribusi barang dan jasa, pelanggan memerlukan pelayanan yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan (Berliana et al., 2020).

Gambar 2. Grafik pengguna e-commerce 2017-2023



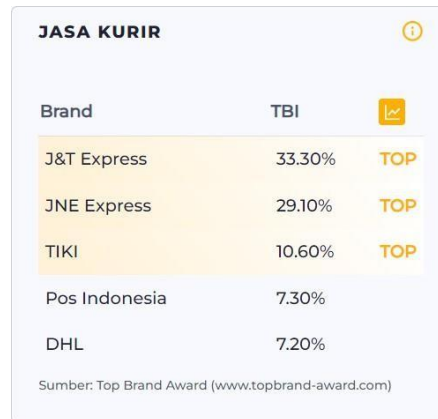
Sumber : Databoks 2024

Pada gambar di atas menunjukkan data pengguna *e-commerce* tahun 2017 sebanyak 140 juta pengguna di Indonesia, pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 155 juta pengguna, terlihat pada setiap tahun mengalami kenaikan hingga tahun 2023 pengguna *e-commerce* di Indonesia sebanyak 213 juta. Setelah Indonesia memasuki masa *e-commerce*, Perindustrian logistic dapat bertumbuh penyebabnya dikarenakan sudah menjadi kebutuhan pokok Masyarakat. (Handoyo, 2021)

Berdasarkan ini, sejalan dengan berkembang pesatnya *e-commerce* dan dapat mempengaruhi meningkatnya distribusi pengiriman barang dan jasa. Pelanggan membutuhkan pelayanan dengan kualitas yang baik dan dapat dipercaya. Suatu perusahaan terutama pada bidang ekspedisi wajib memberikan kualitas pelayanan yang baik, karena konsumen bisa dengan mudah melihat perbandingan kualitas dan pelayanan dari berbagai sumber (Hartanto, 2022).

Salah satu ekspedisi pengiriman barang yang paling populer di Indonesia yaitu J&T. Perusahaan swasta ini bergerak dibidang logistic dan ekspedisi barang ke berbagai daerah. J&T yang diartikan dari Bahasa Mandarin yaitu *Kelinci cepat*, Perusahaan J&T didirikan di Indonesia pada tanggal 20 Agustus 2015 yang dibangun oleh Jet Lee dan Tony Chen, yang sebelumnya bekerja sama di Perusahaan OPPO. J&T memiliki dua layanan ekspedisi yaitu J&T Express dan J&T Cargo. Perbedaan yang mendasar tentang layanan ini yaitu J&T Express melayani pengiriman paket yang berukuran kecil hingga besar namun masih bisa dimuat didalam truk pengiriman. Sedangkan J&T Cargo fokus pada pengiriman barang berukuran besar yang memiliki *urgensi* untuk pengamanan yang lebih dari barang lain.

Gambar 3. Top Brand Jasa Pengiriman Tahun 2024



Brand	TBI	
J&T Express	33.30%	TOP
JNE Express	29.10%	TOP
TIKI	10.60%	TOP
Pos Indonesia	7.30%	
DHL	7.20%	

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Sumber : Top Brand Award (2024)

Berdasarkan data *Top Brand Award* menunjukkan bahwa ekspedisi Perusahaan J&T Express pada tahun 2024 menjadi *top brand* No.1 penggunaan jasa pengiriman terbanyak, dan menjadi Perusahaan ekspedisi pengiriman terpopuler di Indonesia dengan 33,30% pengguna, mengalahkan nilai JNE Express sebesar 29,10% dan dibawahnya TIKI sebesar 10,60%, diikuti Pos Indonesia berada diposisi Top 4 dengan angka sebesar 7,30% dan terakhir berada di Top 5 DHL sebesar 7,20%. *Top Brand Award* merupakan penghargaan yang diberikan kepada *brand* yang menyandang *brand* terbaik pilihan konsumen. Menurut Jannah, (2021) penghargaan ini ditujukan dari hasil perhitungan nilai yang didapatkan dari survey berskala nasional yang dibawah oleh penyelenggara *Frontier Cosulting Group*.

J&T Cargo merupakan Perusahaan jasa ekspedisi yang berada dibawah naungan J&T Group selain J&T Express. J&T Cargo bergerak dibidang jasa pengiriman, Perusahaan ini mulai beroperasi pada bulan Agustus 2021. Layanan yang diberikan sama dengan J&T Express, namun

perbedaanya J&T Cargo berfokus pada pengiriman barang dengan berat dan ukuran besar. Jonathan Zhong mengemukakan pada *Logistiknews*, (2021) J&T Cargo mampu handle dengan berat minimal 10kg hingga maksimal 500kg, dengan jaminan *Service Level Agreement* (SLA).

Pada tahun 2023 tepatnya tanggal 21 Agustus, genap dua tahun berdiri, J&T Cargo mengalami peningkatan pesat dan pertumbuhan yang signifikan. Persaingan Perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi pengiriman barang di kota Solo saat ini sangat tinggi, J&T Cargo bisa dikatakan Perusahaan yang belum lama berdiri, banyak hal yang harus ditingkatkan untuk mengembangkan *value* Perusahaan. Untuk menjaga loyalitas konsumen Perusahaan J&T Cargo perlu melakukan upaya untuk menjaga hak pelanggan dan melakukan pembelian ulang.

Upaya untuk memperoleh loyalitas konsumen J&T Cargo harus melakukan strategi untuk mengembangkan pemasaran. Faktor-faktor yang dapat memperoleh loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi pengiriman antara lain adalah persepsi harga konsumen, kualitas layanan yang diberikan, dan kepuasan yang didapatkan konsumen. Merujuk (Isir dkk, 2023) memaparkan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas

konsumen dalam menggunakan jasa transportasi pengiriman yaitu kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan nilai yang diberikan konsumen.

Harga menjadi faktor penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan Perusahaan, satu-satunya unsur yang dapat menimbulkan penghasilan atau pendapatan Perusahaan yaitu harga. Perusahaan perlu menentukan harga diawal untuk mengembangkan produknya, saat memperkenalkan produk di wilayah yang baru, dan saat mengajukan tawaran atas pekerjaan kontrak baru. (Renaningtyas dkk., 2022). Menurut Setiawan & Frianto, (2021) harga menjadi suatu indikator kepuasan konsumen, harga yang dapat dijangkau, harga yang cara menawarkannya sesuai dengan kualitas jasa dan fasilitas yang diberikan ke pelanggan, hal ini akan memunculkan rasa kepuasan pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Safitri & Hayati, 2022) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Strategi harga sangat diperlukan pada suatu Perusahaan. Konsumen akan merasa puas jika harga yang diberikan kepada konsumen sesuai, dan akan meningkatkan jumlah konsumen (Ningtiyas, 2019). Selain harga, kualitas layanan harus diperhatikan untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan dengan mengikut sertakan sumber daya Perusahaan, karena kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan meningkatkan laba Perusahaan. Harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan akan menimbulkan rasa kepuasan pelanggan (Putri & Handayani, 2023).

Menurut Anshar & Mashariono, 2019 dalam Ardila & Irawan, (2022), pelanggan mendapatkan jasa yang sesuai dengan harapan mereka, maka mereka berpresepsi baik terhadap kualitas pelayanan (ideal), namun jika pelanggan mendapatkan jasa yang tidak memenuhi harapan mereka, maka persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan buruk (kurang ideal). Merujuk penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi dkk, 2022) yang menggunakan variabel kualitas layanan menghasilkan, bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen selain harga dan kualitas pelayanan yaitu kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tergantung pada jasa dan layanan yang diberikan kepada mereka. Menurut (Jannah, 2021) kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang timbul baik itu senang maupun kecewa setelah membandingkan hasil yang diperhitungkan dengan hasil yang diharapkan. Dalam bisnis jasa pengiriman, jika hasil kinerja pengiriman barang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, dan jika harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan akan merasa kecewa, tetapi sebaliknya, jika kinerja yang dihasilkan sesuai harapan pelanggan maka mereka akan merasa puas (senang). Penelitian yang dilakukan oleh (Isir dkk, 2023) yang menggunakan kepercayaan dan kepuasan, menghasilkan variabel tersebut sangat berpengaruh secara parsial.

Berdasarkan dari penelitian-penelitian terdahulu, adanya perbedaan hasil mengenai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Bahwa untuk mempengaruhi loyalitas konsumen tidak hanya berfokus pada harga saja, tetapi juga harus memperhatikan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang dan pernyataan diatas, penelitian ini dilakukan karena ketertarikan peneliti terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada J&T Cargo Banjarsari Surakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul dalam penelitian ini penulis, akan merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari Surakarta ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari Surakarta ?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari Surakarta

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari Surakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari Surakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berharap hasil dari penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas, terutama tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, serta dapat bermanfaat menjadi referensi dan pengembangan teori untuk penelitian selanjutnya .

2. Manfaat Praktis

Dapat bermanfaat khususnya kepada Perusahaan J&T Cargo dalam mengenali sifat dan perilaku konsumen serta memberikan referensi dalam menentukan kebijakan yang terkait tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen untuk membawa Perusahaan ke arah yang lebih positif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Harga

Harga merupakan faktor penting dalam suatu produk atau jasa karena dapat mempengaruhi keuntungan produsen. Selain itu, harga menjadi pertimbangan konsumen saat memilih suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Sehingga sangat diperlukan saat menentukan suatu harga. Menurut Tjiptono, (2014) harga merupakan unsur bauran pemasaran yang menimbulkan pendapatan bagi suatu Perusahaan dan mempengaruhi besar dan kecilnya laba dari pasar yang telah didapatkan. Harga menurut Tjiptono & Diana (2016) dalam (Putri & Handayani, 2023) menyatakan harga digunakan untuk indikator nilai jika harga tersebut digabungkan dengan manfaat yang dirasakan suatu produk atau layana, pada tingkatan harga tertentu, jika konsumen mendapatkan manfaat yang meningkat, maka nilai suatu produk atau layanan akan meningkat seiring dengan manfaat yang diperoleh konsumen.

Menurut Erdiansyah dkk, (2020) harga merupakan jumlah yang perlu dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli manfaat produk dan jasa atau layanan yang diperoleh pelanggan. Pendapat Kotler & Amstrong (2008) dalam Khurrohman, (2023) bahwa ada empat indikator dalam mengukur harga yaitu :

- a. Kesesuaian harga dengan manfaat

Penyedia layanan ketika menyesuaikan harga harus sesuai dengan jasa yang diberikan kepada konsumen, jika harga yang diberikan tinggi maka manfaat yang diperoleh konsumen harus tinggi (Kumrotin & Susanti, 2021).

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Keberhasilan Perusahaan dapat dilihat dari kesesuaian harga pada produk atau layanannya, jika harga tinggi maka kualitas harus baik hal ini tidak akan membuat konsumen merasa keberatan jika membeli barang atau layanan. (Suprpta, 2020)

c. Keterjangkauan harga

Suatu harga produk yang diberikan perusahaan dapat dijangkau oleh pelanggan dapat menarik Kembali konsumen dalam membeli barang dan jasa Perusahaan. (Sumarsid & Paryanti, 2022)

d. Daya saing harga dalam pasar

Dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diperoleh pelanggan, Perusahaan dapat bersaing dan mengalahkan kompetitornya. (Berliana dkk, 2020)

2. Kualitas layanan

Kualitas layanan merupakan perbedaan konsep layanan dan tingkat harapan yang diterima oleh konsumen. Jika jasa yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipandang baik oleh konsumen, dan jika layanan yang diperoleh tidak memenuhi

harapan konsumen, maka kualitas dipandang kurang baik. (Fadli dkk, 2023).

Kualitas layanan adalah seberapa besar perbedaan kenyataan dengan harapan konsumen atas layanan yang diperoleh dari Perusahaan. (Isir dkk, 2023). Kualitas layanan disimpulkan oleh Ningtiyas, (2019) kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk secara konsisten memenuhi harapan konsumen, kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan atau harapan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen.

Dalam buku Daryanto & Setyabudi, (2014) halaman 135, kualitas pelayanan menurut Kotler yaitu setiap aktivitas usaha yang menghasilkan keuntungan dalam kelompok atau individu, dan menawarkan kepuasan walaupun menghasilkan suatu yang tidak terikat terhadap suatu barang secara fisik.

Beberapa teori tentang kualitas pelayanan diatas, maka diambil Kesimpulan kualitas pelayanan merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen terhadap layanan yang mereka terima. Menurut Rusydi, (2017:30) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima indikator, antara lain :

a. *Reliability* (Kehandalan)

Suatu Perusahaan harus memiliki keahlian yang berkaitan dalam pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan.

b. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Daya tanggap perusahaan dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen dengan ketepatan dan ketanggapan. Hal ini memaksakan karyawan berupaya menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen (Anggraini & Almephi, 2021).

c. *Tangible* (Berwujud)

Keahlian suatu organisasi dalam memperlihatkan eksistensinya terhadap pihak luar. Perwujudan ini mencakup mekanik kerja, baik fasilitas, peralatan, *staff* dan material komunikasi.

d. *Assurance* (Jaminan)

Kepastian atau jaminan dari perilaku karyawan yang dalam memberi kepercayaan dan kemampuan menyakinkan konsumen.

e. *Empathy* (Empati)

Kemampuan organisasi memberikan perhatian kepada pelanggan, seperti kepekaan dalam memenuhi kebutuhannya, yang dikerjakan langsung oleh karyawan (Sumarsid & Paryanti, 2022)

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Amstrong, (2008) dalam bukunya yang berjudul *Principles of Marketing*, menjelaskan kepuasan merupakan perasaan yang dimiliki seseorang baik senang maupun kecewa dalam membandingkan hasil kerja yang dipresepsikan suatu produk terhadap harapan mereka. Jika hasil yang diberikan kepada konsumen sesuai harapan mereka, maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika tidak sesuai harapan konsumen, maka mereka tidak puas, namun jika

hasil yang diberikan melebihi ekspektasi dan harapan konsumen mereka sangat senang dan puas. (Septiani & Nurhadi, 2020).

Kepuasan konsumen yaitu suatu dorongan seseorang yang ingin memperoleh suatu kepuasan yang diperoleh dari Perusahaan. Hal ini sesuai pernyataan Isir dkk, (2023) jika Perusahaan mampu memberi kepuasan kepada konsumen, maka akan berdampak baik terhadap tingkat loyalitas konsumen pada Perusahaan tersebut, begitupun sebaliknya jika Perusahaan tidak memberikan kepuasan kepada konsumen maka bisa berdampak buruk terhadap loyalitas konsumen.

Cara meningkatkan kepuasan konsumen, Perusahaan sangat memerlukan strategi pemasaran supaya konsumen dapat tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan hingga sesuai dengan ekspektasi mereka. Jika hasil kinerja sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka mereka merasa puas, namun jika hasil yang diberikan kepada konsumen melebihi ekspektasi mereka akan merasa sangat puas.

Menurut Tjiptono (2010:101) dalam (Kasinem, 2020) memaparkan beberapa indikator kepuasan konsumen, yaitu :

a. Kesesuaian harapan

Tingkat ekspektasi konsumen terhadap kinerja produk sesuai atau tidaknya dengan yang diperoleh konsumen, seperti :

- 1) Barang yang didapatkan sesuai atau lebih dari ekspektasi konsumen.

- 2) Pelayanan jasa karyawan yang diberikan kepada konsumen sesuai atau lebih dari ekspektasi konsumen.
- 3) Fasilitas yang diperoleh sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen.

b. Minat berkunjung kembali

Konsumen bersedia datang kembali untuk melakukan pembelian atau menggunakan jasa kembali pada suatu produk atau layanan, seperti :

- 1) Berminat datang kembali karena pelayanan yang diperoleh konsumen memuaskan.
- 2) Berminat datang kembali karena memperoleh manfaat yang sesuai dari produk yang diperoleh.
- 3) Berminat datang kembali karena fasilitas yang menunjang.

c. Sedia merekomendasikan

Konsumen bersedia merekomendasikan produk atau jasa yang sudah diperoleh kepada orang terdekat mereka, seperti :

- 1) Memberikan saran kepada orang terdekat untuk membeli produk karena pelayanan nya.
- 2) Memberikan saran kepada orang terdekat untuk merasakan layanan karena sesuai dengan ekspektasi.
- 3) Memberikan saran kepada orang terdekat untuk membeli produk karena manfaat yang didapatkan.

4. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan suatu Keputusan seseorang untuk terus menerus secara sukarela berlangganan dengan jangka waktu yang panjang. Loyalitas konsumen menjadi faktor penting demi menjaga keberlanjutan usahanya pada Perusahaan. Menurut Septiani & Nurhadi, (2020) konsumen yang merasa puas dengan layanan atau produk, akan berantusias memperkenalkan kepada orang terdekat mereka. Konsumen yang loyal akan menambah kesetiaan mereka pada jasa dan produk dari Perusahaan yang sama.

Loyalitas konsumen merupakan sebuah gerakan yang mendorong perilaku guna melakukan pembelian secara terus-menerus serta untuk membangun kesetiaan konsumen terhadap suatu jasa atau barang yang dihasilkan oleh Perusahaan perlu membutuhkan waktu yang tidak singkat untuk melalui suatu proses perilaku pembelian berulang Gibson, (2005). Sedangkan menurut Dharmesta (1999:85) dalam buku (Rusydi, 2017) loyalitas konsumen adalah tampilan suatu kekuatan hubungan sikap relative dengan laba berulang.

Menurut (Isir dkk, 2023), menyebutkan faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen saat menggunakan layanan pengiriman yaitu, layanan yang berkualitas, perasaan kepuasan konsumen dan persepsi konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam (Rahmawati dkk, 2019), menyebutkan indikator loyalitas konsumen yaitu :

1. Pembelian ulang (*Repeat purchase*)

Frekuensi seseorang dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang dan jasa terhadap suatu produk dalam waktu yang lama.

2. Mereferensikan produk (*Referral*)

Memberikan saran dan informasi positif mengenai barang atau jasa kepada orang terdekat.

3. Ketahanan terhadap persepsi dan pengaruh negatife (*Retention*)

Mempertahankan penggunaan barang atau jasa ketika menerima perspektif buruk tentang barang dan jasa.

B. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti, pada dasarnya suatu penelitian tidak dimulai dari awal, namun sudah didahului oleh peneliti lain, studi penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak pertanyaan yang ditulis dan diteliti oleh peneliti lain di berbagai tempat dan waktu yang berbeda. Pada penelitian ini menggunakan beberapa acuan penelitian terdahulu yang relevan, sebagai berikut :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penuliis (Tahun)	Judul	Analisis data	Hasil penelitian
1.	Safitri & Hayati, (2022)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas	Variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

		Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Maxim.	pelanggan dan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.	Variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Erdiansyah & Arifin, (2020)	Pengaruh Harga, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Tiki Dinoyo.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra Perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman pada Tiki Dinoyo.	Variabel citra Perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3.	Pertiwi dkk, (2022)	Fakto-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan : Analisa Presepsi Harga, Kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan (<i>Literatur Riview</i>)	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui fakto-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan menggunakan variabel presepsi harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independent.	Presepsi harga memiliki pandangan terhadap suatu nilai yang dihasilkan ketentuannya oleh penjual kepada pembeli sesuai dengan kualitas produk. Terdapat hubungan

		Manajemen Pemasaran).		yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
4.	Septiani & Nurhadi, (2020)	Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , Presepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel <i>e-service quality</i> , persepsi harga dan promosi penjualan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai peran mediasi	Hasil penelitian menunjukkan <i>e-service quality</i>, persepsi harga, promosi penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan <i>e-service quality</i>, persepsi harga promosi penjualan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

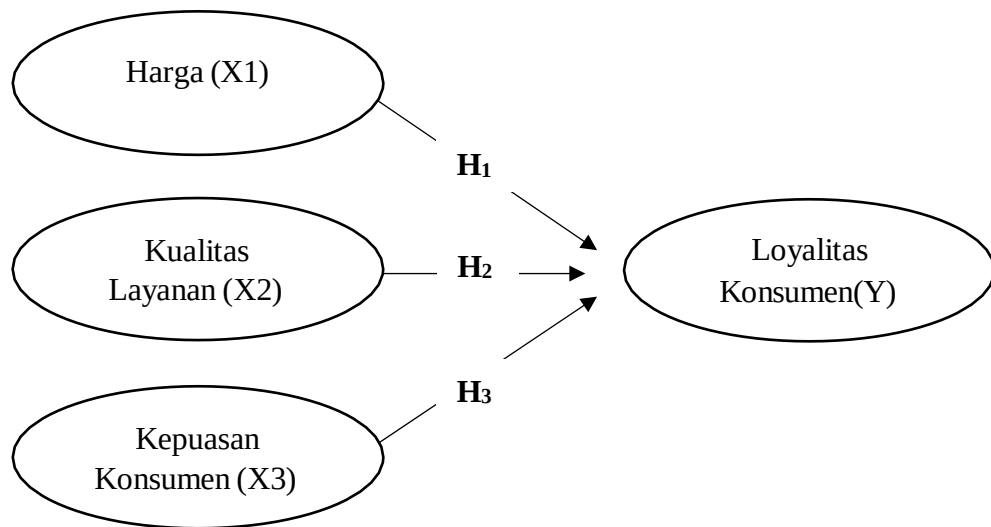
5.	Isir dkk, (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Jasa pengiriman J&T Cargo Di Kota Malang)	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dengan menggunakan metode uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan koefisien determinasi.	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepercayaan dan kepuasan secara simultan parsial sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
6.	Fadli dkk, (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan melalui Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT.Perkebunan Nusantara V Pekanbaru	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan melalui citra Perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.	Hasil menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap citra Perusahaan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

				terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra Perusahaan. Citra Perusahaan dapat digunakan sebagai mediasi dengan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.
7.	Istiyawari dkk, (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan metode uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial, koefisien determinasi	Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sumber : Data sekunder diolah : 2024

C. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui arah pada penelitian yang menggunakan metode kuantitatif sangat diperlukannya kerangka pemikiran. Menurut Sugiyono, (2017) menyatakan tujuan dibentuknya kerangka pemikiran untuk membuat jalur langkah penelitian yang sistematis dan dapat diterima logika.



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Konsumen (X3)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat pada penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen (Y)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara dalam menjelaskan suatu hal dalam rumusan masalah. Menurut Sudjana, (2005)

penelitian dilakukan sebelum menentukan hipotesis diterima atau ditolak, karena hipotesis dapat benar maupun salah. Berdasarkan hal ini, maka terdapat hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen

Harga menjadi hal penting pada suatu produk atau jasa karena dapat mempengaruhi keuntungan pemilik usaha. Selain itu, harga menjadi pertimbangan konsumen saat memilih suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Sehingga sangat diperlukan saat menentukan suatu harga. Menurut Erdiansyah dkk, (2020) harga merupakan jumlah yang perlu dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli manfaat produk dan jasa atau layanan yang diperoleh pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan Septiani & Nurhadi, (2020) menunjukkan hasil bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa. Sedangkan menurut Erdiansyah & Arifin, (2020) pada penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman Tiki Dinoyo. Hal ini peneliti dapat menentukan dugaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen

Persepsi baik atau buruk nya sebuah layanan ditentukan oleh kualitas pelayanan pada hasil kerja sebuah layanan jasa. Menurut

Fadli dkk, (2023), Jika jasa yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipandang baik oleh konsumen, dan jika layanan yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen, maka kualitas dipandang kurang baik. Dalam penelitian yang dilakukan Pertiwi dkk, (2022) menunjukkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, menghasilkan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri & Hayati, (2022) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa online maxim. Penelitian yang dilakukan oleh Fadli dkk, (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hal ini peneliti dapat menduga dalam penelitian ini, sebagai berikut:

H₂ : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Kepuasan konsumen yaitu suatu dorongan seseorang yang ingin memperoleh suatu kepuasan yang diperoleh dari Perusahaan. Menurut Kotler & Amstrong, (2008), menjelaskan kepuasan merupakan perasaan yang dimiliki seseorang baik senang maupun kecewa dalam membandingkan hasil kerja yang dipresepsikan suatu produk terhadap harapan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh

Istiyawari dkk, (2021) menunjukkan hasil bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Isir dkk, (2023) menunjukkan hasil bahwa kepuasan secara parsial sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen jasa pengiriman J&T Cargo Di Kota Malang. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini dapat diduga, sebagai berikut :

H₃ : Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen J&T Cargo Banjarsari.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti menghasilkan penjabaran tentang pengaruh variabel Harga (X1), Kualitas layanan (X2), dan Kepuasan konsumen (X3) terhadap Loyalitas konsumen (Y). Hasil penelitian ini mendapat Kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada jasa J&T Cargo Banjarsari Surakarta.
2. Kualitas Layanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada jasa J&T Cargo Banjarsari Surakarta.
3. Kepuasan Konsumen (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada jasa J&T Cargo Banjarsari Surakarta.

B. SARAN

1. Berdasarkan penelitian ini diharapkan J&T Cargo Banjarsari agar lebih memperhatikan penetapan harga yang kompetitif dengan mempertimbangkan kebutuhan pasar yang terus berkembang, serta menawarkan berbagai pilihan harga yang sesuai dengan berbagai segmen konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan untuk J&T Cargo Banjarsari terus memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, dengan meningkatkan kecepatan dan ketepatan pengiriman untuk

meminimalkan keluhan konsumen, karena kualitas layanan berpengaruh cukup besar dalam mempengaruhi loyalitas konsumen, Perusahaan juga diharapkan untuk terus melakukan evaluasi dan peningkatan terhadap pengalaman pelanggan melalui pengawasan kepuasan dan pemecahan masalah yang cepat guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen supaya dapat berkontribusi dalam mempengaruhi loyalitas konsumen

3. Disarankan bagi peneliti selanjutnya beberapa hasil dari penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat sebagai referensi saat ketika melakukan penelitian yang sejenis dan diharapkan dapat memberi tambahan variabel lain yang belum terdapat pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., & Almephi, R. R. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru*. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(9).
- Ardila, L., & Irawan, B. (2022). *Jurnal administrasi Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang*. Jurnal Administrasi Bisnis, 2(4), 480–493.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*. 7(3), 26320–26332.
- Azizah, I. N., Arum, P. R., & Wasono, R. (2021). *Model Terbaik Uji Multikolinearitas untuk Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Blora Tahun 2020*. Seminar Nasional Publikasi, 4, 61–69.
- Berliana, P. N., Suharyati, & Handayani, T. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan)*. Prosiding Biema, 1(1), 440–546.
- Daryanto, & Setyabudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
- Erdiansyah, D., & Arifin, R. (2020). *Pengaruh Harga, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Tiki Dinoyo*. Jurnal Riset Manajemen, 93–107.
- Fadli, M., Augustin, J., & Zahara, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan melalui Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT . Perkebunan Nusantara V Pekanbaru*. Jurnal Administrasi Bisnis, 12(1), 76–88.
- Ghozali, I. (2016). *Multivariate analysis application with IBM SPSS 25 program*. Semarang : Diponegoro University Publishing Agency, 4, 352.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gibson, R. S. (2005). *Principles of nutritional assessment*. In *Principles of nutritional assessment (2nd ed.)*. Oxford university press. <https://books.google.co.id/books?id=IBlu7UKI3aQC&pg=PR11&ots=RYNCQT7ynF&dq=Gibson%2C R. S. 2005. Principles of Nutritional Assessment. Second Edition. Oxford University Press Inc%2C New York.&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Handoyo. (2021). *Jasa logistik ekspres tumbuh hingga 30% pada semester 1-2021*. <https://industri.kontan.co.id/news/jasa-logistik-ekspres-tumbuh-hingga-30-pada-semester-i-2021/?page=1>
- Hartanto, J. tanjung. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan*

dan promosi terhadap kepuasan pelanggan jne di surabaya.

- Isir, S., Zulkilfi, & Alfiana. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Jasa Pengiriman J&T Cargo Di Kota Malang)*. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(3), 747–754.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswontoro, A. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(3), 191–201.
- Jannah, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Knsumen J&T Expresss*.
- Kasinem. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Khurrohman, T., & Junaidi, M. R. (2023). *Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen*. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(2), 142–153. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i2.7858>
- Kontan.co. (2023). *dua tahun berdiri, J&T Cargo miliki 2500 Armada*. <https://industri.kontan.co.id/news/dua-tahun-berdiri-jt-cargo-miliki-2500-armada>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 1–14.
- Logistiknews. (2021). *J&T Cargo, layani pengiriman barang dengan volume besar*. <https://www.logistiknews.id/2021/08/20/jt-cargo-layani-pengiriman-barang-dengan-volume-besar/>
- Mawarni, O. D., & Adi, S. W. (2022). *Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketetapan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J & T Express (Studi Pada J & T Express Cabang Kota Karanganyar)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 445–450.
- Ningtiyas, T. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang*. *IqtisahDequity*, 2(1), 46–53.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan : Analisis Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen*

- Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Putri, A. T., & Handayani, L. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ekspedisi JNE Pendahuluan*. *Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(02), 44–53.
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., Ekonomi, F., Galuh, U., & Ciamis, B. (2019). *Customer reationship managemet dan. Business Management And Entrepreneurship Jurnal*, 1(4), 102–115.
- Rao, P. (1996). *Measuring consumer perceptions through factor analysis. The Asian Manager*, 9(1), 28-32. In *Measuring consumer perceptions through factor analysis. The Asian Manager* (2nd ed., pp. 28–32).
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)*. *Ekonomi Manajemen Sistem Informatika*, 3(5), 522–529.
- Rusydi, M. (2017). *Rusydi, M. (2017). Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing. Gosyen Publishing.
- Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Maxim*. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 25–36. <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Septiani, R., & Nurhadi. (2020). *Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Fokus*, 10(2).
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)*. *Journal of Business and Innovation Management*, 3(1), 352–366.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika* (6th ed.). Tarsito.
- Sugiyono, M. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. . (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. https://digilib.unigres.ac.id/?p=show_detail&id=43
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. In Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D* (pp. 48–61). CV. Alfabeta.

- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)*. Jurnal Ilmiah M-Progres, 12(1), 70–83.
- Suprpta, S. S. I. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. GO-JEK)*. Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, Vol 10, No 1 (2020): Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis dan Manajemen, 67–81.
<http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis/article/view/91/88>
- Syafina, I., & Harahap, N. (2019). *Metode penelitian akuntansi pendekatan kuantitatif*. febi uin.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing For Beginners*. PT Elex Media Komputindo.
[https://books.google.co.id/books?id=4H1cDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=eabbj_pBvn&dq=Wong%2C J. \(2013\). Internet marketing for beginners. Elex Media Komputindo.&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=4H1cDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=eabbj_pBvn&dq=Wong%2C%20J.%20(2013).%20Internet%20marketing%20for%20beginners.%20Elex%20Media%20Komputindo.&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false)

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb. Hallo teman-teman, perkenalkan saya Fadilla Putri Maharani, mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Surakarta. Semoga teman-teman semua dalam keadaan baik dan berbahagia. Dalam rangka menyelesaikan program studi dan tugas akhir, saya meminta teman-teman untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Jawaban dari teman-teman sangat penting bagi saya dan akan dijaga kerahasiaannya. Mohon untuk menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan sebaik mungkin. Terimakasih telah bersedia meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini.

Petunjuk Pengisian :

Isikan pernyataan dengan skala 1-5 dalam menentukan pendapat yang sesuai dengan pengalaman anda ketika menggunakan jasa layanan dari J&T Cargo Banjarsari, setiap pernyataan hanya memiliki satu jawaban, berikut keterangan dan pilihan jawaban :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Menggunakan jasa J&T Cargo minimal 2 kali
 - Ya
 - Tidak
3. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. Usia
 - < 20
 - 20-30
 - >30
5. Pendapatan
 - < 2 Juta
 - 2 Juta – 5 Juta
 - > 5 Juta

6. Pekerjaan

- Wiraswasta
- PNS / Karyawan
- Mahasiswa / Pelajar
- Lainnya

7. Domisili

- Timuran
- Keprabon
- Ketelan
- Punggawan
- Kestalan
- Setabelan
- Gilingan
- Nusukan
- Kadipiro
- Banyuanyar
- Sumber
- Manahan
- Mangkubumen
- Banjarsari
- Joglo

PERNYATAAN PENELITIAN :

HARGA (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa harga yang dibayarkan untuk jasa J&T Cargo sesuai dengan manfaat yang saya terima.					
2.	Harga jasa J&T Cargo yang saya bayarkan sebanding dengan kualitas yang diberikan.					
3.	Saya merasa harga jasa pengiriman J&T Cargo terjangkau bagi saya.					

4.	Saya memilih pengiriman J&T Cargo karena harganya lebih kompetitif dibanding jasa yang lain.					
----	--	--	--	--	--	--

KUALITAS LAYANAN (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa puas dengan konsistensi layanan yang handal yang diberikan oleh J&T Cargo					
2.	Saya merasa J&T Cargo cepat dan tepat dalam merespons pertanyaan.					
3.	Saya merasa fasilitas J&T Cargo terlihat terawat					
4.	Saya merasa aman menggunakan jasa J&T Cargo karena adanya jaminan pelayanan					
5.	Saya merasa empati J&T Cargo dalam memperhatikan kebutuhan harapan pelanggan baik.					

KEPUASAN KONSUMEN (X3)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa proses dan kualitas pengiriman J&T Cargo sesuai ekspektasi					
2.	Saya akan menggunakan jasa J&T Cargo Kembali karena puas dengan pelayanannya					
3.	Saya akan merekomendasikan jasa pengiriman J&T Cargo kepada kerabat berdasarkan pengalaman saya					

LOYALITAS KONSUMEN (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya akan menggunakan jasa J&T Cargo lagi setelah pengalaman positif yang saya peroleh					
2.	Saya memberikan referensi kepada orang terdekat untuk menggunakan jasa J&T Cargo berdasarkan pengalaman saya.					
3.	Saya akan menggunakan jasa pengiriman J&T Cargo walaupun mendengar pengaruh negative dari orang lain					