



JSI

Jurnal Saudagar Indonesia

Volume 2, Nomor 1, Mei 2023

- ▶ **Analisis Penerapan Biaya Relevan dalam Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada Perusahaan Sinar Bulan Bakery Di Banda Aceh**
Aida Fitri
- ▶ **Pengaruh Leverage Sebagai Pemoderasi Terhadap Hubungan Antara Return On Equity Dengan Struktur Modal Pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Logam Dan Mineral Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020**
Hermansyah, Zulkifli Umar, Ermad MJ, Akmal Fakhurrrazi
- ▶ **Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (bappeda) Kabupaten Bireuen**
Ferri Yanto, Ira Dama Yanti
- ▶ **Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Terminal Tipe A Batoh Banda Aceh**
Mimiasri, Evi Zahara
- ▶ **Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Pemasaran Oleh Pelaku Entrepreneurship Lokal**
Fani Sartika
- ▶ **Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt Jne Express Across Nations Di Banda Aceh**
Nurulia Dimitha, Aida Fitri

JSI: Jurnal Saudagar Indonesia
Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Aceh
Vol. 2, No. 1, Mei 2023

Managing Editors

Mimiasri S.E., M.M (*Fakultas Ekonomi Unmuha, Indonesia*)

Editor in Chief

Mr. M. Arief Setia Budi, SE., MM (*Fakultas Ekonomi Unmuha, Indonesia*)

Board of Editors

Aida Fitri, S.E., M.S.M (*Fakultas Ekonomi Unmuha, Indonesia*)

Nasrul Hadi, S.E., M.M (*Fakultas Ekonomi Unmuha, Indonesia*)

Board of Riviewers

Drs. Tarmizi Gadeng, S.E., M.Si, M.M, (*Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia*)

Dr. Dwi Cahyono, S.E., M.Si, (*Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia*)

Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si, (*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia*)

Dr. Aliamin Dr. Aliamin, S.E., M.Si, Ak, CA, (*Universitas Syiah Kuala, Indonesia*)

Aries Kurniawan, S.E., M.Hum, (*Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia*)

Penerbit

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Email: jsi.kwu@unmuha.ac.id

JSI: Jurnal Saudagar Indonesia
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
Vol. 2, No. 1, Mei 2023



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

JSI

Jurnal Saudagar Indonesia

Volume 2, Nomor 1, Mei 2023

Daftar Isi

	Halaman
<p>1. Analisis Penerapan Biaya Relevan dalam Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada Perusahaan Sinar Bulan Bakery Di Banda Aceh <i>Aida Fitri</i>.....</p>	140-149
<p>2. Pengaruh Leverage Sebagai Pemoderasi Terhadap Hubungan Antara Return On Equity Dengan Struktur Modal Pada Perusahaan Sub Sektor Tambang Logam Dan Mineral Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020 <i>Hermansyah, Zulkifli Umar, Ermad MJ, Akmal Fakhurrrazi</i></p>	150-172
<p>3. Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (bappeda) Kabupaten Bireuen <i>Ferri Yanto, Ira Dama Yanti</i></p>	173-192
<p>4. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Terminal Tipe A Batoh Banda Aceh <i>Mimiasri, Evi Zahara</i></p>	193-214
<p>5. Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Pemasaran Oleh Pelaku Entrepreneurship Lokal <i>Fani Sartika</i></p>	215-233
<p>6. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt Jne Express Across Nations Di Banda Aceh <i>Nurulita Dimitha, Aida Fitri</i></p>	234-245

***THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND SERVICE QUALITY ON
CONSUMER LOYALTY AT PT JNE EXPRESS ACROSS NATIONS IN
BANDA ACEH***

¹⁾Nurulia Dimitha, ²⁾Aida Fitri
^{1,2} Universitas Muhammadiyah Aceh
nuruliadimitha@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of customer value and service quality on consumer loyalty at PT JNE Express Across Nations in Banda Aceh. This research is a quantitative research using primary data in the form of a questionnaire for data collection, and secondary data in the form of literature study. The number of respondents in this study were 50 respondents who used PT JNE's shipping services in Banda Aceh City. The data analysis technique in this study was to use multiple linear regression analysis by first testing the validity and reliability. To see whether there is influence between the independent and dependent variables partially, the t-test is used. The results of data processing multiple linear regression analysis show that there is a positive influence between customer value and service quality on consumer loyalty at PT JNE Express Across Nations in Banda Aceh City. The results of the partial test or t-test show that there is influence and significance between customer value and service quality on customer loyalty at PT JNE Express Across Nations in Banda Aceh City.

Keywords: Customer Value, Service Quality and Consumer Loyalty

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh
Nurulia Dimitha

PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT JNE EXPRESS ACROSS NATIONS DI BANDA ACEH

¹⁾Nurulia Dimitha, ²⁾Aida Fitri
^{1,2} Universitas Muhammadiyah Aceh
nuruliadimitha@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada PT JNE Express Across Nations di Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner untuk pengumpulan data, dan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 responden yang menggunakan jasa kirim PT JNE di Kota Banda Aceh. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Untuk melihat ada tidaknya pengaruh antar variabel bebas dan terikat secara parsial digunakan uji-t. Hasil dari olah data analisis regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh positif antara nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada PT JNE Express Across Nation di Kota Banda Aceh. Hasil dari uji parsial atau uji-t menunjukkan adanya pengaruh dan signifikansi antara nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada PT JNE Express Across Nations di Kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan dan Loyalitas konsumen

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang dirintis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Fenomena tersebut diikuti dengan pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh di luar dari daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan. Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman atau kurir adalah PT JNE.

Pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan PT JNE Express Across Nations semakin beragam dan inovatif. Loyalitas pelanggan sangat menentukan kualitas pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan mereka. Mempertahankan pelanggan yang loyal, serta menjaga agar tidak beralih ke jasa pengiriman barang sejenis merupakan hal yang penting untuk mengikat pelanggan-pelanggan PT. JNE *Express Across Nations*. Untuk itu perusahaan perlu membangun strategi pemasaran seperti harga yang terjangkau, promosi penjualan yang efektif untuk menarik pelanggan baru, customer service yang sigap dalam melayani pelanggan, serta jaminan pada resiko kehilangan atau kerusakan pengiriman paket yang berdampak terhadap Loyalitas Pelanggan jasa PT. JNE Express Across Nations.

Nilai yang dipikirkan pelanggan juga akan memberikan pengaruh terhadap kelayakan seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakannya. Nilai yang dipikirkan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif – alternatif lain yang dipikirkan (Kotler, 2009). Untuk membentuk loyalitas pelanggan yang tinggi, maka suatu perusahaan harus mampu memberikan nilai pelanggan yang tinggi pula.

Seiring dengan adanya pertumbuhan jumlah perusahaan jasa titipan di Indonesia, maka semakin tinggi pula tingkat persaingan yang dihadapi PT. JNE Express Across Nations di Banda Aceh selaku salah satu dari sekian banyak pembisnis jasa titipan. Adanya komplain yang bersumber dari pelanggan kepada perusahaan seperti keterlambatan pengiriman, biaya pengiriman yang tinggi untuk pengiriman satu hari sampai, dering telepon yang tidak diangkat-angkat, masalah pelanggan yang tidak terlayani secara tuntas oleh *customer service*, keluhan pelanggan terhadap pelayanan PT. JNE menjadi hal yang sangat penting.

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Kajian Kepustakaan

Menurut Jeremia dan Djurwati (2019) loyalitas pelanggan merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa, loyalitas ini memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pelanggan yang loyal melakukan pembelian yang berulang-ulang pada produk perusahaan.

Menurut Rizki Zulfikar (2018) konsumen yang loyal mempunyai fanatisme yang relatif permanen dalam jangka panjang terhadap suatu barang/jasa pada perusahaan/toko yang menjadi pilihannya, tidak ingin beralih pada barang/jasa yang lain, bahkan ikut mempengaruhi pihak lain untuk ikut menggunakan barang/jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Untuk lebih rincinya dijelaskan bahwa Indikator loyalitas konsumen sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang adalah niat beli yang dilakukan konsumen lebih dari satu kali pembelian
2. merekomendasikan kepada pihak lain adalah menyarankan atau merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk yang ia beli
3. Tidak berniat untuk pindah adalah konsumen setia terhadap produk atau merek yang disukai nya dan enggan berpindah merek
4. Membicarakan hal-hal positif adalah berbicara hal-hal positif produk yang dibeli

Metodologi Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa JNE Express Across Nations di Banda Aceh. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data berasal dari kuisioner yang disebarkan dan studi kepustakaan.

Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa JNE Express Across Nations di Banda Aceh sebanyak 276 orang/bulan. Menurut Sigit (2009:68) menyatakan ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 400 sudah representatif untuk kebanyakan penelitian. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* sebanyak 50 orang.

Menurut Sugiyono (2017), *Accidental Sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti (Arikunto, 2007).

Untuk menganalisa data, metode yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Bentuk persamaan regresinya yaitu (Sugiyono, 2017):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Loyalitas Konsumen
X1	=	Nilai Pelanggan
X2	=	Kualitas layanan
a	=	Konstanta
b ₁ .b ₃	=	Koefisien Regresi
e	=	Standar Error

Sebelum data diolah, kuisioner diuji dengan melakukan uji validitas dengan menggunakan Uji *Pearson Product Movement Coeficient of Corelation* dengan bantuan SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Uji reliabilitas dilakukan pula dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Untuk melihat adanya pengaruh terhadap masing-masing variabel penelitian digunakan uji-t. Untuk mempercepat perhitungan digunakan alat bantu *computer statistic package for social sciense* (SPSS).

Pembahasan

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah responden dengan rentang usia 25 - 30 tahun sebanyak 11 orang, 31 - 35 tahun sebanyak 14 orang, 36 - 40 tahun sebanyak 11 orang, 41 – 45 tahun sebanyak 10 orang, dan >45 tahun 4 orang. Hasil pengujian validitas data, seluruh pernyataan dinyatakan valid karena semua pernyataan memiliki nilai korelasi di atas 5%, yaitu di atas 0,279 (tabel nilai kritis korelasi r untuk N=50).

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada JNE Express Across Nations Di Banda Aceh		Nilai $r_{\text{-tabel}}$ (n = 100)	Keterangan
	Item	($r_{\text{-hitung}}$)		
Loyalitas Konsumen	A1	0,874	0,279	Valid
	A2	0,823	0,279	Valid
	A3	0,751	0,279	Valid
	A4	0,844	0,279	Valid
Nilai pelanggan	B1	0,691	0,279	Valid
	B2	0,787	0,279	Valid
	B3	0,782	0,279	Valid
	B4	0,802	0,279	Valid
Kualitas pelayanan	C1	0,833	0,279	Valid
	C2	0,766	0,279	Valid
	C3	0,776	0,279	Valid
	C4	0,834	0,279	Valid

Sumber Data: *Data Primer, 2023 (Diolah)*

Analisis Nilai Pelanggan

Merupakan faktor yang berhubungan dengan harga pengiriman, profesional, pelayanan yang cepat dan adanya rasa nyaman. Tabel 2 berikut ini akan menjelaskan mengenai indikator dari nilai pelanggan yaitu sebagai berikut:

Tabel 2
Indikator Nilai Pelanggan

No	Variabel	Sgt tdk Setuju		Tdk Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Harga pengiriman sesuai dengan barang yang akan dikirim	-	-	-	-	12	24.0	20	40.0	18	36.0	4.12
2.	Staf/karyawan berpenampilan menarik dan professional.	-	-	1	2.0	11	22.0	30	60.0	8	16.0	3.90
3.	Petugas memberikan layanan yang cepat bagi pelanggan.	-	-	-	-	9	18.0	26	52.0	15	30.0	4.12
4	Merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan	-	-	2	4.0	11	22.0	25	50.0	12	24.0	3.94
Rerata												4.020

Sumber Data: *Data Primer, 2023 (Diolah)*

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Tabel 2 menggambarkan bahwa pernyataan pada harga pengiriman sesuai dengan barang yang akan dikirim adalah sebesar 4.12 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Pernyataan staf/karyawan berpenampilan menarik dan professional diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.90 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Pernyataan petugas memberikan layanan yang cepat bagi pelanggan diperoleh nilai rata-rata sebesar 4.12 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Pernyataan merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.94 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Tabel 2 di atas memperlihatkan nilai rerata sebesar 4.020, ini menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh.

Analisis Kualitas pelayanan

Merupakan Faktor yang berhubungan dengan ketepatan janji, pelayanan yang profesional, kecepatan menanggapi keluhan, dan pengetahuan dalam setiap pertanyaan. Tabel 3 berikut ini akan menjelaskan mengenai indikator dari kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3
Indikator Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Sgt tdk Setuju		Tdk Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Perusahaan menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.	2	4.0	-	-	12	24.0	23	46.0	13	26.0	3.90
2.	Petugas memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen dengan benar.	3	6.0	-	-	10	20.0	23	46.0	14	28.0	3.90
3.	Kecepatan PT JNE dalam hal menanggapi keluhan.	-	-	-	-	14	28.0	25	50.0	11	22.0	3.94
4.	Petugas memiliki pengetahuan untuk menjawab semua pertanyaan yang anda ajukan.	-	-	-	-	10	20.0	31	62.0	9	18.0	3.98
Rerata												3.930

Sumber Data: *Data Primer, 2023 (Diolah)*

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nuruliah Dimitha

Tabel 3 menggambarkan bahwa pernyataan pada perusahaan menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan adalah 3.90 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Pernyataan petugas memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen dengan benar diperoleh rata-rata sebesar 3.90 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Pernyataan kecepatan PT JNE dalam hal menanggapi keluhan diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.94 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Pernyataan petugas memiliki pengetahuan untuk menjawab semua pertanyaan yang anda ajukan diperoleh nilai rata-rata sebesar 3.98 yaitu menunjukkan bahwa konsumen pada JNE Express Across Nations Banda Aceh merasa setuju akan pernyataan tersebut. Tabel 3 di atas memperlihatkan nilai rerata sebesar 3.930, ini menunjukkan bahwa bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada JNE Ekxpress Across Nations Banda Aceh.

Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada JNE Express Across Nations Di Banda Aceh

Untuk melihat pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations Di Banda Aceh dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini :

Tabel 4
Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Nama Variabel	β	Standar Error	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
(Constanta)	1.871	0.992	5.973	2.012	0.000
Nilai pelanggan (X_1)	0.228	0.112	2.375	2.012	0.000
Kualitas pelayanan (X_2)	0.189	0.143	2.117	2.012	0.001

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Koefisien Korelasi (R) = 0.841

Koefisien Determinasi (R²) = 0.758

Adjusted (R²) = 0.718

F_{hitung} = 11.451

F_{tabel} = 3.195

Sig. F = 0.000

a. Predictors : (constant), Nilai pelanggan
Kualitas pelayanan

b. Dependen Variabel : loyalitas
konsumen pada JNE Express Across
Nations di Banda Aceh

Sumber: *Data Primer, 2023 (Diolah)*

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, yang menjelaskan loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh, maka dapat diperlihatkan pada hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.871 + 0.228X_1 + 0.189X_2$$

Jika dianalisis angka-angka yang ada pada regresi linear berganda tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta yang bernilai sebesar 1.871 artinya jika variabel nilai pelanggan dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka terhadap loyalitas konsumen (Y) adalah sebesar 1.871 = 18.71%.
- Apabila variabel X₁ (nilai pelanggan) mengalami kenaikan 1 skor akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (tingkat loyalitas konsumen) sebesar 0.228 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap tetap.
- Apabila variabel X₂ (kualitas pelayanan) mengalami kenaikan 1 skor akan menyebabkan kenaikan terhadap variabel Y (tingkat loyalitas konsumen) sebesar 0.189 dengan asumsi variabel nilai pelanggan dianggap tetap.

Berdasarkan hasil analisis data, untuk melihat hubungan dan pengaruh dari nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh. Berdasarkan korelasi dan *Adjusted* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien korelasi (R) = 0.841 yang menunjukkan bahwa hubungan nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh adalah sebesar 8.41%. artinya loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh mempunyai hubungan yang erat dengan nilai pelanggan dan kualitas pelayanan.

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nuruliah Dimitha

- b. Koefisien *Adjusted* (R^2) menunjukkan tingkat loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh dipengaruhi oleh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan sebesar 0.718 atau 71.8%. Berarti 28,2% tingkat loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil Uji F (Secara Simultan)

Pengujian terhadap keakuratan loyalitas konsumen pada JNE Ekxpress Across Nations di Banda Aceh digunakan uji F. F_{hitung} dalam persamaan ini adalah sebesar 11.451 sedangkan F_{tabel} sebesar 3.195. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini :

Tabel 5
Analysis Of Variance (Anova)

Model	Sum of Squeres	Df	Mean Squeres	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig
Regresi	1.416	2	.708	11.451	3.195	0.000 ^a
Sisa	22.939	47	.488			
Total	24.355	49				

Sumber Data: *Data Primer, 2023 (Diolah)*

Hasil Uji t

Untuk menguji signifikansi (nyata atau tidak nyata) tingkat loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh digunakan uji parsial dilakukan pada saat menguji masing-masing faktor nilai pelanggan dan kualitas pelayanan yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai t_{hitung} . Untuk faktor nilai pelanggan diperoleh nilai sebesar 2.375, nilai t_{tabel} pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 2.012, karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka menerima H_a dan menolak H_o yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor nilai pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh. Pengaruh nilai pelanggan besar dikarenakan penilaian dari seseorang terhadap harga yang pengiriman yang terjangkau, karyawan yang profesional dalam bekerja, pelayanan yang diberikan cepat sehingga menimbulkan rasa aman akan membuat konsumen melakukan pengiriman kembali dengan menggunakan JNE Express Across Nations di Banda Aceh sehingga pengiriman berulang-ulang yang dilakukan oleh konsumen akan menimbulkan loyalitas di setiap konsumen itu sendiri.

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Faktor kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 2.117, nilai $t_{\text{-tabel}}$ pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 2.012, karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{-tabel}}$ maka menerima H_a dan menolak H_o yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh. Pengaruh kualitas pelayanan besar disebabkan karena jasa yang diberikan sesuai dengan perjanjian, pelayanan yang profesional dan pelayanan dengan benar, cepat menanggapi keluhan dari konsumen serta memiliki pengetahuan dari pertanyaan tiap konsumen akan membuat konsumen nyaman sehingga akan menimbulkan loyalitas kembali dari pihak konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman melalui JNE Express Across Nations di Banda Aceh.

Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh dipengaruhi oleh faktor nilai pelanggan dan kualitas pelayanan sedangkan sebagian kecil tingkat pengaruh loyalitas konsumen pada JNE Express Across Nations di Banda Aceh disebabkan oleh variabel-variabel lain.
2. Pada pengujian secara simultan dan parsial terdapat hasil yang signifikan pengaruh faktor nilai pelanggan dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen di JNE Express Across Nations di Banda Aceh.

Referensi

- Arikunto, S. (2007), *Prosedur Suatu Penelitian (Cetakan Keenam)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bromson (2010). *Loyalitas Pelanggan 50*. Jakarta. Prestasi Pustaka.
- Fandy, Tjiptono. (2017). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta.
- Griffin, Jill. (2011). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Airlangga, Jakarta.

Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. JNE Express di Kota Banda Aceh

Nurulia Dimitha

Jeremia Kolonio & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal Emba* Vol.7

Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.

Rizki Zulfikar. (2018). *Pengaruh Kulaitas Pelayan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Cihampales Cililin.

Sigit, Murwanto (2009), *Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up*, *Jurnal Siasat Bisnis*, vol 11, no.1, april 2009.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.