

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, TARIF HARGA PENGIRIMAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA J&TEXPRESS (STUDI KASUS PADA J&T EXPRESS DI KOTA MEDAN)

¹Risma, Austin Alexander Parhusip²

^{1,2}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Potensi Utama Medan
Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241
e-mail: srirismaaucendana@gmail.com¹, parhusip.austinalexander@gmail.com²

Abstrak

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Tarif Harga Pengiriman Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pengguna J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express Di Kota Medan)” merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pengguna J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express Di Kota Medan). Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel menggunakan simple non probability sampling dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna J&T Express dengan nilai t hitung $-1.233 < t$ tabel 1.985 dan nilai signifikan $0,221 > 0,05$, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna J&T Express dengan nilai t hitung $8.187 > t$ tabel 1.985 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, tarif harga pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna J&T Express dengan nilai t hitung $2.945 > t$ tabel 1.985 dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ dan ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna J&T Express dengan nilai t hitung $-3.401 < t$ tabel 1.985 dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ pada J&T Express. Dan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna J&T Express dengan nilai f hitung $89.695 > f$ tabel 2.47 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Tarif Harga Pengiriman, Ketepatan Waktu Pengiriman, Loyalitas Pengguna

Abstract

The thesis entitled "The Influence of Trust, Service Quality, Shipping Price Rates and Timeliness of Delivery on J&T Express User Loyalty (Case Study of J&T Express in Medan City)" is the result of quantitative research which aims to answer questions about the influence of trust, service quality, rates shipping price and on time delivery on J&T Express user loyalty (Case Study of J&T Express in Medan City). The research methodology used is quantitative research using a sampling technique using simple non-probability sampling with a total of 100 respondents. The data collection technique



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



uses a questionnaire processed using SPSS version 25. Data analysis uses multiple linear regression. Based on partial research results, the trust variable does not have a positive and significant effect on J&T Express user loyalty with a calculated t value of $-1.233 < t \text{ table } 1.985$ and a significant value of $0.221 > 0.05$, service quality has a positive and significant effect on J&T Express user loyalty with a value of t count $8,187 > t \text{ table } 1,985$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, shipping price rates have a positive and significant effect on J&T Express user loyalty with a t value of $2,945 > t \text{ table } 1,985$ and a significant value of $0.004 < 0.05$ and on time delivery no has an effect on J&T Express user loyalty with a calculated t value of $-3,401 < t \text{ table } 1,985$ and a significant value of $0.001 < 0.05$ for J&T Express. And simultaneously shows that the variables of trust, service quality, shipping price rates and on time delivery have a positive and significant effect on J&T Express user loyalty with a calculated f value of $89,695 > f \text{ table } 2.47$ and a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords : *Trust, Service Quality, Delivery Price Rates, Timeliness of Delivery, User Loyalty*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dipungkiri membuat persaingan dalam dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat. Memasuki era globalisasi yang semakin modern ini, kebutuhan seseorang semakin meningkat dan banyak pelaku bisnis memanfaatkan internet sebagai strategi memasarkan produk dan jasanya. Dengan kemudahan teknologi ini memudahkan seseorang melakukan aktivitas-aktivitasnya secara online. Dengan demikian aktivitas yang dilakukan menjadi lebih mudah juga lebih praktis. Hal ini membuat mulai banyak masyarakat Indonesia mulai berbelanja secara online.

Dengan begitu jasa ekspedisi atau pengiriman barang semakin diperlukan bagi masyarakat saat ini, khususnya pada masyarakat yang melakukan proses jual beli jarak jauh dengan menggunakan media online. Fenomena tersebut membuat semakin bertambah jasa pengiriman barang yang bermunculan di Indonesia. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang ikut bersaing yaitu J&T Express dalam wilayah domestik di Indonesia. J&T Express termasuk perusahaan jasa dengan layanan pengiriman barang baik berupa dokumen maupun paket.

Untuk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan kepercayaan, pelayanan yang terbaik dan berkualitas, tariff biaya pengiriman yang terjangkau dan ketepatan waktu pengiriman. Maka dengan begitu pelanggan akan mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan yang loyal.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketidaksetiaan pengguna diantaranya adalah kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Tarif Harga Pengiriman Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pengguna J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express di Kota Medan)

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Loyalitas Pengguna

a) Pengertian Loyalitas Pengguna



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Loyalitas adalah suatu komitmen pelanggan atau konsumen yang setia berlangganan untuk menggunakan suatu produk dengan terus menerus atau membeli kembali, padahal status dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku dimasa yang akan datang pada suatu produk dan jasa.

B. Kepercayaan

a) Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah perlakuan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

C. Kualitas Pelayanan

a) Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamaan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan dan kepuasan konsumen.

D. Tarif Harga Pengiriman

a) Pengertian Tarif Harga Pengiriman

Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli tersebut.

E. Ketepatan Waktu Pengiriman

a) Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu merupakan penilaian konsumen untuk menilai kinerja perusahaan, apakah telah sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan estimasi penerimaan kepada konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif metode survey yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari pertanyaan responden dalam pengisian kuesioner. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan April 2024 sampai dengan September 2024 dan lokasi penelitian ini adalah Penelitian ini dilakukan pada J&T *Express* Kota Medan yang beralamat Jl. Brigjend Katamso 489-490, Sei Mati, Kec. Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara 20159.

Populasi dalam penelitian ini Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang pernah menggunakan jasa J&T *Express* Kota Medan yang tidak diketahui jumlahnya. dan teknik sampel yang digunakan rumus Lameshow Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa J&T *Express* Kota Medan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 100 pengguna sebagai sampel penelitian.

Dalam penelitian ini, ada dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel dependen

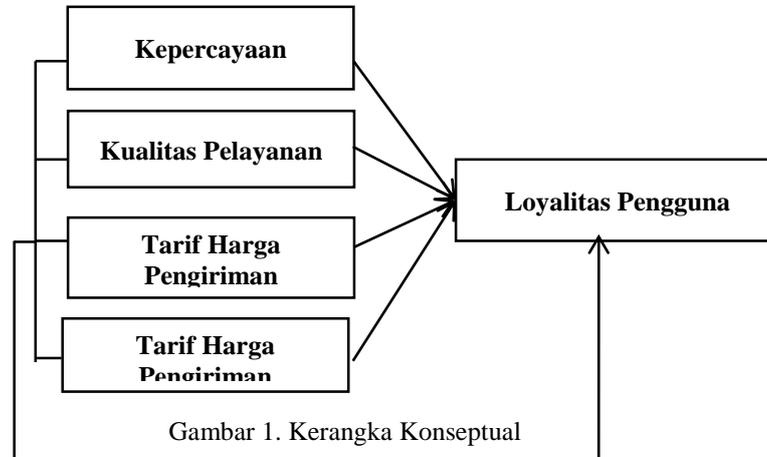




Dalam penelitian ini hanya terdiri dari satu variabel yaitu Loyalitas Pengguna.

2. Variabel independen

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu: Kepercayaan (X1) Kualitas Pelayanan (X2), Tarif Harga Pengiriman (X3) dan Ketepatan Waktu Pengiriman (X4).



Hipotesis penelitian merupakan suatu kesimpulan atau jawaban sementara dari suatu persoalan yang masih perlu adanya pembuktian kebenaran. Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan harga pengiriman terhadap loyalitas pengguna pada J&T Express Kota Medan.

H_a : Terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan harga pengiriman terhadap loyalitas pengguna pada J&T Express Kota Medan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk membuktikan ada atau tidak adanya pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent. Adapun model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Loyalitas Pengguna
- a : Konstanta dan Keputusan Regresi
- $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien regresi variabel
- X1 : Variabel Kepercayaan
- X2 : Variabel Kualitas Pelayanan
- X3 : Variabel Tarif Harga Pengiriman
- X4 : Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman
- e : Tingkat kesalahan (*error*)





Hal ini jika koefesien nilai β bernilai positif (+) maka terjadi pengaruh searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Begitu sebaliknya apabila koefesien nilai β bernilai negative (-) maka terjadi pengaruh tidak searah antara variabel bebas dan variabel terikat.

1. Uji validitas dan uji reliabilitas

- Pengujian validitas menggunakan ketentuan jika signifikansi dari r hitung atau r hasil > r tabel maka item variabel disimpulkan valid, dan apabila r hitung atau r hasil < r tabel maka item variabel disimpulkan tidak valid.
- Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

2. Uji asumsi klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan agar regresi dapat menghasilkan nilai yang baik maka harus memenuhi syarat yaitu memenuhi uji asumsi normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3. Uji statistik

a. Uji T

Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji Simultan (Uji f) bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefesien determinasi (R^2)

Uji koefesien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam persamaan suatu regresi.

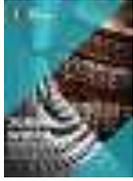
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepercayaan	P1	0.901	0,361	Valid
	P2	0.709	0,361	Valid
	P3	0.695	0,361	Valid
	P4	0.470	0,361	Valid
	P5	0.523	0,361	Valid
	P6	0.822	0,361	Valid
Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	P1	0.710	0,361	Valid
	P2	0.520	0,361	Valid
	P3	0.875	0,361	Valid
	P4	0.786	0,361	Valid





	P5	0.768	0,361	Valid
	P6	0.970	0,361	Valid
	P7	0.832	0,361	Valid
Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Tarif Harga Pengiriman	P1	0.791	0,361	Valid
	P2	0.611	0,361	Valid
	P3	0.464	0,361	Valid
	P4	0.644	0,361	Valid
	P5	0.413	0,361	Valid
	P6	0.660	0,361	Valid
	P7	0.449	0,361	Valid
	P8	0.529	0,361	Valid
Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Ketepatan Waktu Pengiriman	P1	0.903	0,361	Valid
	P2	0.695	0,361	Valid
	P3	0.500	0,361	Valid
	P4	0.448	0,361	Valid
	P5	0.863	0,361	Valid
	P6	0.430	0,361	Valid
Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Loyalitas Pengguna	P1	0.447	0,361	Valid
	P2	0.779	0,361	Valid
	P3	0.786	0,361	Valid
	P4	0.685	0,361	Valid
	P5	0.533	0,361	Valid
	P6	0.497	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

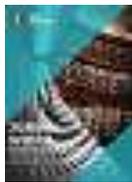
Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dari semua variabel dinyatakan valid dapat dilihat bahwa r hitung > dari pada r tabel.

a. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	≥	Nilai Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kepercayaan	0,750	>	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,914	>	0,60	Reliabel
Tarif Harga Pengiriman	0,645	>	0,60	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman	0,700	>	0,60	Reliabel
Loyalitas Pengguna	0,659			





Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Dari data diatas dapat di simpulkan bahwa semua variabel nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka data dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui dari residual berdistribusi normal atau tidak. Adapun cara untuk mengetahuinya yaitu dengan melihat uji *Kolmogorov-smirnov*.

1) Analisis Statistik

Uji Statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic Non-parametrik *Kolmogorov-smirnov* adalah sebagai berikut :

Tabel 3. *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16766331
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.073
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

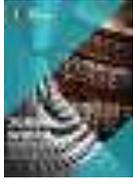
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,080, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, salah satu cara mengetahui adanya multikolinearitas adalah dengan melihat Tolerance dan *Varian Inflasion Factor (VIF)*.



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Tabel 4. Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kepercayaan	.288	3.476
Kualitas Pelayanan	.151	6.622
Tarif Harga Pengiriman	.299	3.344
Ketepatan Waktu Pengiriman	.230	4.346

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel diantara 1-10 maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terkena gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Tabel 5. Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.140	.951		-1.199	.234
	Kepercayaan	-.089	.055	-.284	-1.606	.112
	Kualitas Pelayanan	.044	.042	.255	1.043	.300
	Tarif Harga Pengiriman	.028	.043	.113	.649	.518
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.068	.066	.205	1.039	.302

a. Dependent Variable: abs_res

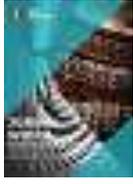
Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Apabila nilai Sig > 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil nilai Sig variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman > 0,05 sehingga tidak ada gejala heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan terhadap uji t dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun hasil dari uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ^a			Correlations		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	5.244	1.564		3.352	.001			
	Kepercayaan	-.112	.091	-.108	-1.233	.221	.414	-.125	-.058
	Kualitas Pelayanan	.565	.069	.989	8.187	.000	.831	.643	.384
	Tarif Harga Pengiriman	.210	.071	.253	2.945	.004	.784	.289	.138
	Ketepatan Waktu Pengiriman	-.368	.108	-.333	-3.401	.001	.556	-.329	-.160

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Hasil dari output uji parsial (uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji t pada Variabel Kepercayaan (X1)

a) Dari penelitian diatas bahwa $\text{sig } 0,221 > 0,05$ maka H_0 diterima

b) Untuk t hitung = -1,233 dan t tabel = 1,985, jadi $-1,233 < 1,985$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna, pengaruhnya sebesar -0,112 dengan asumsi variabel lain konstan.

2. Uji t pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

a) Dari penelitian diatas bahwa $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka H_0 diterima

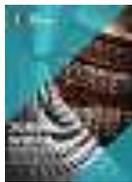
b) Untuk t hitung = 8,187 dan t tabel = 1,985, jadi $8,187 > 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, pengaruhnya sebesar 0,562 dengan asumsi variabel lain konstan.

3. Uji t pada Variabel Tarif Harga Pengiriman (X3)

a) Dari penelitian diatas bahwa $\text{sig } 0,004 < 0,05$ maka H_0 diterima

b) Untuk t hitung = 2,985 dan t tabel = 1,985, jadi $2,985 > 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial tarif harga pengiriman berpengaruh positif dan signifikan





terhadap loyalitas pengguna, pengaruhnya sebesar 0,210 dengan asumsi variabel lain konstan.

4. Uji t pada Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X4)

c) Dari penelitian diatas bahwa sig 0,001 < 0,05 maka Ho diterima

d) Untuk t hitung = -3,401 dan t tabel = 1,985, jadi -3,401 < 1,985 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Secara parsial ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, pengaruhnya sebesar -0,368 dengan asumsi variabel lain konstan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil dari uji f adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Simultan ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509.770	4	127.442	89.695	.000 ^b
	Residual	134.980	95	1.421		
	Total	644.750	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif Harga Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Dari hasil output pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil Fhitung > Ftabel (89,695 > 2,47) dan didapatkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dari dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Koefesien Determinasi

Uji Koefesien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, berikut nilai koefesien determinasi :

Tabel 8. Uji Koefesien Determinasi

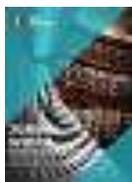
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.791	.782	1.192

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif Harga Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber : Hasil Penelitian (2024)





Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Adjustik R square* sebesar 0,791. Hal tersebut berarti 79,1% loyalitas pengguna dipengaruhi oleh kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman. Sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

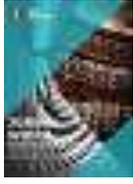
Hasil penelitian ini adalah analisis mengenai hasil temuan penelitian terhadap kesesuaian teori, pendapatan, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal-hal tersebut.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna adalah dari hasil uji hipotesis secara parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai thitung kepercayaan sebesar -1,233 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1,985. Dengan demikian thitung lebih kecil dari ttabel ($-1,233 < 1,985$) dan nilai signifikansi sebesar 0,221 (lebih besar dari 0,05) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan salah satu teori. Menurut K.K. Rafiah, (2019) menyatakan bahwa membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan memerlukan tingkat kepercayaan yang tinggi karena kepercayaan ini cenderung menjadi motivator yang kuat untuk melakukan pembelian berulang yang merupakan salah satu ukuran loyalitas pelanggan. Akan tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mukhammad Firdaus, N. Rachma dan Mohammad Rizal (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna adalah dari hasil uji hipotesis secara parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai thitung kualitas pelayanan sebesar 8,187 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1,985. Dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel ($8,187 > 1,985$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut, didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna J&T *Express* di Kota Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan salah satu teori. Menurut (Regata, 2019) kualitas pelayanan yang baik pada perusahaan dapat sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mita Puspitasari, N Rachma dan Aleria Irma Hatneny (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh tarif harga pengiriman terhadap loyalitas pengguna adalah dari hasil uji hipotesis secara parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai thitung kualitas pelayanan sebesar 2,945 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1,985. Dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel ($2,945 > 1,985$) dan nilai signifikansi sebesar 0,004 (lebih kecil dari 0,05) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut, didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini





menunjukkan bahwa secara parsial tarif harga pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna J&T *Express* di Kota Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan salah satu teori. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) Harga merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap barang atau jasa yang dijual dan bentuk emosional yang tersosialisasi mengenai apakah harga sesuai dengan kualitas barang. Harga menjadi suatu yang penting pada pandangan konsumen karena konsumen akan membandingkan dengan harga dari pesaing. Harga besaran nilai uang yang dibayarkan pada sebuah produk atau layanan demi mendapatkan manfaat dari menggunakan produk / layanan tersebut.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pengguna adalah dari hasil uji hipotesis secara parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai thitung ketepatan waktu pengiriman sebesar -3,401 dan ttabel dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1,985. Dengan demikian thitung lebih kecil dari ttabel ($-3,401 < 1,985$) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05) artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan salah satu teori. Menurut Puspitasari, (2020) menyatakan bahwa Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan. Akan tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susi Suesti Adrianti dan Adrianto Trimarjono (2024) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

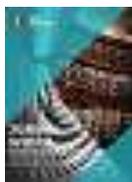
Hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman secara bersamaan terhadap loyalitas pengguna adalah hasil uji hipotesis secara simultan yang menunjukkan bahwa dari hasil uji ANOVA (*Analysis Of Variance*) menunjukkan nilai Fhitung sebesar 89,695 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sedangkan Ftabel diketahui sebesar 2,47. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel ($89,695 > 2,47$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel kepercayaan berpengaruh Negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan.
2. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan.





3. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel tarif harga pengiriman berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan.
4. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh Negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan.
5. Berdasarkan hasil tabel penelitian variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap loyalitas pengguna pada J&T *Express* di Kota Medan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan J&T *Express* dapat memperlakukan barang pengguna dengan baik agar mengurangi resiko adanya kehilangan dan kerusakan sehingga dapat mengurangi rasa kekhawatiran pengguna
2. Diharapkan J&T *Express* dapat memberikan biaya pengiriman yang terjangkau oleh pengguna sehingga pengguna merasa biaya yang dikeluarkan dianggap tidak terlalu tinggi sehingga sesuai dengan kemampuan dan ekspektasi konsumen.
3. Diharapkan J&T *Express* dapat meningkatkan kemampuan pengiriman yang lebih cepat sehingga mengurangi terjadinya kegagalan dalam waktu pengiriman.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempelajari lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kepercayaan, kualitas pelayanan, tarif harga pengiriman dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pengguna agar hasil penelitiannya dapat lebih baik lagi.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan data dan pengumpulan maupun segala sesuatunya terkait dengan variabel yang diteliti sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

Ucapan Terima Kasih

Saya Mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah menerima saya menjadi mahasiswa sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan saya sampai selesai. Saya Juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang mengajar di Universitas Potensi Utama yang telah bersedia membimbing dan mengajar saya sampai saya menggapai gelar sarjana. Dan Saya Juga berterima kasih kepada staff staff Universitas Potensi Utama yang telah bersedia memberi arahan dan segala informasi yang ada di Universitas Potensi Utama.

Referensi

- [1] Kotler, Phillip dan G. Amstrong. 2014. *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 (Bob Sabran : Penerjemah). Jakarta: Erlangga..
- [2] Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- [3] Kotler, Philip and Gary Armstrong .2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2. Erlangga: Jakarta.
- [4] Parhusip, Austin Alexander, Nurul Izzah Lubis. 2020. "Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Tokopedia.com)" *EKOMBIS Sains, Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* 5(2).



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Jurnal Widya

Volume 5, Nomor 2, bulan Oktober 2024: halaman 1226-1239

<https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/awl>

jurnal@amikwidyaloka.ac.id / editor.jurnalwidya@gmail.com

P-ISSN: 2746-5411

E-ISSN: 2807-5528

- [5] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [6] Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta.
- [8] Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).