



## Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman JNE Di Surabaya Selatan

Rispa<sup>1</sup>, Iswati<sup>2</sup>, Anis Fitriyasari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi manajemen, STIE IBMT Surabaya, Indonesia

Email: [rispaipa87@gmail.com](mailto:rispaipa87@gmail.com) [iswatiibmt@gmail.com](mailto:iswatiibmt@gmail.com)

[anisfitriyasari@gmail.com](mailto:anisfitriyasari@gmail.com)

**Abstract.** *This research aims to find out more about "The influence of service quality and price on customer loyalty for JNE delivery services in South Surabaya". In accordance with the main issue that raises the influence of service quality and price on customer loyalty at JNE in South Surabaya, the background for this research is that in the midst of intense competition among delivery service companies and the increasing increase in online purchases, of course every delivery service provider must focus on providing the best service and The prices offered are relatively cheap according to the target market to strengthen customer loyalty. The aim of this research is to find out the effect of service quality on customer loyalty at JNE delivery services in South Surabaya, to find out the effect of price on customer loyalty at JNE delivery services in South Surabaya, and to find out the effect of service quality and price on customer loyalty. on JNE delivery services in South Surabaya. The method used in this research is quantitative which aims to find out how big the influence is between the variables to be studied. To support this research, expand the distribution of questionnaires using a Likert scale. The sample in this research used the Purposive Sampling Technique, which is a technique for determining samples using certain considerations and criteria. The population in this study were JNE delivery service users in South Surabaya. The number of samples in this research was 60 respondents. After distributing the questionnaire, the results were calculated using SPSS. The conclusion of this research is that Service Quality has no influence on JNE customer loyalty in South Surabaya, Price has a significant influence on JNE Customer Loyalty in South Surabaya, Service Quality and Price simultaneously influence JNE Customer Loyalty in South Surabaya.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Customer Loyalty*

**Abstrak.** Penelitian ini untuk mengetahui secara lebih lanjut mengenai "Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman JNE di Surabaya Selatan". Sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada JNE di Surabaya Selatan, yang melatarbelakangi penelitian ini adalah ditengah persaingan yang ketat mengenai perusahaan jasa pengiriman dan semakin tingginya juga pembelian online tentunya setiap penyedia jasa pengiriman harus fokus memberikan layanan yang terbaik dan harga yang ditawarkan relatif murah sesuai dengan target pasarnya untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman JNE di Surabaya Selatan, Untuk dapat mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman JNE di Surabaya Selatan, dan Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman JNE di Surabaya Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yang akan diteliti. Untuk menunjang penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan cara skala likert. Sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* yang dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan kriteria. Populasi dalam penelitian ini adalah pemakai jasa pengiriman JNE di Surabaya Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 60 responden. Setelah penyebaran kuesioner maka hasilnya dihitung menggunakan SPSS. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE di Surabaya selatan, Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya Selatan, Kualitas Layanan dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Surabaya Selatan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

### 1. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi yang semakin maju, jasa pengiriman sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Masyarakat cenderung menyukai hal yang simpel dan cepat, terutama di tempat-tempat yang sulit dijangkau karena kemajuan teknologi. Menurut data Asperindo,

*Received Juni 12, 2024; Received Juni 26, 2024; Accepted Juli 22, 2024; Published Juli 25, 2024*

\* Rispa, [rispaipa87@gmail.com](mailto:rispaipa87@gmail.com)

kapasitas pengiriman nasional pada semester pertama tahun 2021 meningkat sebesar tiga puluh persen dibandingkan tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa perusahaan pengiriman menarik perhatian masyarakat. Selain itu, Asosiasi Logistik Indonesia memperkirakan bahwa industri logistik akan berkembang sekitar 5–8% hingga tahun 2023. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat, semakin banyak perusahaan yang membuka jasa pengiriman dengan berbagai macam layanan, tentunya JNE di Surabaya Selatan harus siap untuk menghadapi pesaing yang semakin banyak untuk mendapatkann pelanggan.

Pada data Top Brand menunjukkan JNE pada tahun 2020 berada pada angka tertinggi. JNE mengalami penurunan yang signifikan di tahun 2021 dibandingkan dari tahun sebelumnya. Kemudian naik perlahan lagi di tahun 2022. Namun pada tahun 2023 JNE menempati posisi kedua dibawah J&T. Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap penggunaan layanan JNE mengalami penurunan, yang berpotensi mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. JNE bisa menerapkan strategi pemasaran dengan fokus pada memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Dalam bisnis jasa pengiriman, kualitas layanan memegang peranan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Meskipun JNE Surabaya Selatan telah berupaya maksimal dalam menyediakan layanan kepada pelanggan, namun beberapa pelanggan masih mengalami kekecewaan dan memberikan keluhan terhadap layanan yang diberikan. Keluhan yang paling umum adalah terkait keterlambatan pengiriman, yang mungkin disebabkan oleh kendala-kendala yang terjadi selama proses pengiriman dan keluhan paket yang hilang. Keluhan dari pelanggan JNE Surabaya Selatan dapat dijadikan acuan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas bisa dijadikan sebagai alat evaluasi untuk meningkatkan standar layanan yang telah diberikan. Selain kualitas layanan harga juga merupakan hal yang dianggap relevan oleh konsumen dalam memilih penyedia jasa pengiriman.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **2.1 Kualitas Layanan**

Kualitas layanan ialah model guna menggambarkan bagaimana konsumen menilai layanan berdasarkan pengalaman, rekomendasi dari orang lain ataupun promosi, dengan memperhatikan yang konsumen inginkan dari layanan terhadap yang sebenarnya terjadi atau diterima (oleh Kotler dan Keller 2016:440).

### **2.2 Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong 2016 harga merupakan salah satu elemen tidak kalah penting dalam menimbang target pasar dengan profit. Harga ialah banyak rupiah yang

dikorbankan agar mendapatkan produk, atau *value* yang didapatkan dari barang / jasa untuk digunakan, dimiliki oleh konsumen.

### **2.3 Loyalitas Pelanggan**

Dijabarkan oleh Kotler dan Keller (2016:164), loyalitas pelanggan artinya ketika seseorang memutuskan bertransaksi dan menyokong produk suatu merek kedepannya, sekalipun ada hal-hal yang bisa membuat mereka berubah pikiran seperti situasi atau iklan yang ada.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan cara menghitung banyaknya data yang ada, menggunakan alat untuk menanyakan banyak data, serta memeriksa kebenaran dugaan yang dibuat sebelumnya (Sugiono, 2015).

### **3.2. Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1. Populasi**

Populasi itu kumpulan orang atau objek yang punya kualitas khusus yang peneliti ingin pelajari, lalu dibuat kesimpulan dari data yang dikumpulkan. Pada penelitian ini, populasi yang dimaksud mencakup semua orang yang memakai layanan JNE untuk mengirim barang di bagian selatan kota Surabaya.

#### **3.2.2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel itu sebagian kecil dari orang atau benda yang ada dalam kelompok besar yang akan diteliti, termasuk jumlah dan kualitas yang sama dengan kelompok besar tersebut. Pada penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus di mana jumlah sampel minimum 5 dan 10 = sampel maksimum dikali banyaknya indikator yang dimiliki. pada kali ini, terdapat 12 indikator sebagai berikut:

Sampel minimum :  $5 \times 12 = 60$  sampel

Sampel maksimum :  $10 \times 12 = 120$  sampel

Berdasarkan dari perhitungan rumus sugiono diatas maka jumlah sampel minimumnya adalah 60 sampel dan jumlah sampel maksimumnya adalah 120. Dan sampel yang akan dikumpulkan penulis yaitu sampel minimum sebanyak 60 sampel.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Instrumen Data

#### 4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner dapat dianggap sah atau valid. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan kepada 60 responden. Untuk menentukan validitas tiap pernyataan dalam kuesioner, peneliti membandingkan nilai yang dihitung (rhitung) dengan nilai yang tertera dalam tabel (rtabel). Jika rhitung > rtabel, maka pernyataan tersebut dianggap valid.

#### 4.1.2 Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Uji validitas kuesioner untuk variabel kualitas layanan (X1) dalam penelitian ini dilakukan sebanyak 60 orang dengan menggunakan penyebaran kuesioner dan di uji menggunakan SPSS, yang dimana kuesioner disebut valid ketika nilai rhitung > rtabel sedangkan ketika nilai rhitung < rtabel maka dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)**

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig	Keterangan
1	Pengiriman paket oleh JNE selalu sesuai dengan estimasi	0,812	0,254	0,000	Valid
No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig	Keterangan
	waktu yang diberikan.				
2	Pegawai JNE mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan.	0,756	0,254	0,000	Valid
3	Pegawai memberi solusi terhadap keluhan pelanggan.	0,813	0,254	0,000	Valid
4	Ketika ada perubahan atau	0,801	0,254	0,000	Valid

	kendala dengan pengiriman				
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Keterangan</b>
	paket, saya mendapatka mendapatkanpem beritahun atau penjelasan dengan cepat dari JNE.				
5	Jasa pengiriman paket JNE membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan.	0,790	0,254	0,000	Valid
6	Informasi yang disediakan	0,822	0,254	0,000	Valid
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Keterangan</b>
	oleh JNE tentang status pengiriman paket selalu jelas dan akurat.				
7	Pegawai JNE dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen.	0,828	0,254	0,000	Valid
8	Saya menggunakan JNE karena pelayanannya sesuai dengan harapan saya	0,778	0,254	0,000	Valid

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Sig	Keterangan
9	Kantor cabang atau agen resmi JNE memiliki fasilitas yang memadai untuk membantu pelanggan.	0,741	0,254	0,000	Valid
10	Peralatan dan perlengkapan yang digunakan oleh JNE untuk pengiriman paket terlihat memadai.	0,686	0,254	0,000	Valid

*Sumber: Diolah Peneliti, 2024*

Pada tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki nilai rhitung > rtabel. Berdasarkan hal ini, dapat diambil kesimpulan bahwa ada 10 item pernyataan pada variabel kualitas layanan (X1) tersebut dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian.

#### 4.1.3 Uji Validitas Harga (X2)

**Tabel 4.2 Uji Validitas Harga (X2)**

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	sig	keterangan
1	Saya merasa bahwa harga pengiriman JNE terjangkau bagi saya dalam hal pengiriman paket.	0,838	0,254	0,000	Valid
2	Menurut saya, harga layanan pengiriman JNE merupakan nilai yang tepat untuk layanan yang diberikan.	0,840	0,254	0,000	Valid
No	Pernyataan	rhitung	rtabel	sig	keterangan

3	Harga yang saya bayarkan untuk layanan pengiriman JNE sebanding dengan kualitas layanan yang saya terima.	0,856	0,254	0,000	Valid
4	Apakah Anda merasa bahwa layanan pengiriman JNE memberikan nilai yang sebanding dengan biaya yang anda keluarkan?	0,786	0,254	0,000	Valid
5	Harga yang ditawarkan untuk pengiriman JNE	0,799	0,254	0,000	Valid
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>sig</b>	<b>keterangan</b>
	sepadan dengan manfaat yang di terima				
6	Menurut saya harga jasa pengiriman paket JNE sesuai dengan pengiriman barang yang cepat sampai tujuan.	0,795	0,254	0,000	Valid
7	Saya menggunakan JNE karena harganya lebih murah dari ekspedisi lainnya.	0,784	0,254	0,000	Valid
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>sig</b>	<b>keterangan</b>
8	Layanan JNE memberikan informasi harga	0,728	0,254	0,000	Valid

*Sumber: Diolah Peneliti, 2024*

Mengacu pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel Harga (X2) memiliki nilai rhitung > rtabel. Maka dapat disimpulkan bahwa ada 8 pernyataan pada variabel Harga (X2) tersebut dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian.

#### 4.1.4 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

**Tabel 4.3 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)**

No	Pernyataan	r hitung	rtabel	Sig	Keterangan
1	Saya cenderung memilih JNE sebagai penyedia layanan pengiriman secara berulang karena kepuasan saya terhadap layanan mereka.	0,860	0,254	0,000	Valid
2	Kualitas pelayanan yang diberikan JNE melebihi Harapan konsumen.	0,863	0,254	0,000	Valid
3	Saya akan tetap menggunakan layanan pengiriman JNE tanpa mempertimbangkan tawaran diskon atau keuntungan lain dari perusahaan lain.	0,811	0,254	0,000	Valid
4	Meskipun ada pilihan lain dengan penawaran yang lebih menggiurkan,.	0,853	0,254	0,000	Valid
	saya tetap setia menggunakan layanan pengiriman JNE.				
5	Saya akan merekomendasikan layanan pengiriman JNE kepada teman dan keluarga saya.	0,855	0,254	0,000	Valid

6	Saya merasa yakin merekomendasikan JNE kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif saya dengan layanan mereka.	0,896	0,254	0,000	Valid
---	---	-------	-------	-------	-------

*Sumber: Diolah Peneliti, 2024*

Pada tabel 4.3 diatas menunjukka bahwa semua item pernyataan pada variabel Loyalitas (Y) memiliki nilai rhitung lebih besar daripada nilai rtabel. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulka bahwa ada 6 pernyataan pada variabel Loyalitas pelanggan (Y) tersebut dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan tolak ukur dalam variabel penelitian.

#### 4.1.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sering dilakukan dengan menggunakan koefisien reliabilitas, seperti Alpha Cronbach, yang menunjukkan seberapa baik item-item dalam instrumen tersebut mengukur konsep yang sama.

Tabel 4.4 Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Kualitas Layanan (X1)	<b>Reliability Statistics</b>	
	Cronbach's Alpha	N of Items
	.928	10
Harga (X2)	<b>Reliability Statistics</b>	
	Cronbach's Alpha	N of Items
	.917	8
Loyalitas Pelanggan (Y)	<b>Reliability Statistics</b>	
	Cronbach's Alpha	N of Items
	.925	6

Pada tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa koefisien reliabilitas variabel kualitas layanan (X1), harga (X2), dan loyalitas pelanggan (Y) > 0.6 yang berarti instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

## 4.2 Uji Asumsi Klasik

### 4.2.1 Uji Normalitas

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11946091
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.125
	Negative	-.155
Kolmogorov-Smirnov Z		1.203
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan  $0,111 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Jika nilai signifikan (sig) lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka model tersebut dinyatakan normal. (Ghozali dalam Aziky dan Masreviastuti 2018).

### 4.2.2 Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.212	1.765		-.687	.495		
	Kaulitas layanan	.031	.091	.043	.339	.736	.322	3.104
	Harga	.728	.114	.805	6.379	.000	.322	3.104

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dalam kolom yang berwarna dapat diketahui nilai *tolerance* untuk variabel Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) bernilai 0,322 yang dimana lebih besar dari 0,10 ( $0,322 > 0,10$ ). Sedangkan untuk nilai VIF Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) adalah sebesar 3,104 yang dimana kecil dari 10 ( $3,104 < 10$ ). Artinya penelitian ini tidak terdapat gejala multukolinearitas dalam model regresi.

### 4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.212	1.765		-.687	.495		
	Kaulitas layanan	.031	.091	.043	.339	.736	.322	3.104
	Harga	.728	.114	.805	6.379	.000	.322	3.104

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Berdasarkan tabel 4.7 diatas maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -1,212 + 0,031 + 0,728 + e$$

Hasil rumusan persamaan regresi linear berganda diatas memberikan pengertian bahwa Kualitas layanan (X1) dan Harga (X2), berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

1. Nilai konstanta sebesar -1,212 dengan tanda *negative*, artinya Kualitas Layanan dan Harga memiliki nilai sama dengan nol (0), maka Loyalitas Pelanggan mengalami penurunan sebesar -1,212.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) yaitu sebesar 0,031 yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila kualitas layanan semakin baik atau meningkat maka Loyalitas Pelanggan akan semakin meningkat juga.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X2) sebesar 0,728 artinya harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa makin baik harga jasa JNE maka akan meningkat juga Loyalitas Pelanggan.

Sesuai dengan persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dan penyebab dominannya yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah Harga yang dihasilkan dengan koefisien regresi 0,728 lebih besar dari Kualitas Layanan.

### **4.3 Pembahasan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap 60 orang responden, maka dapat diketahui bagaimana tanggapan para responden terhadap variabel-variabel yang diajukan dalam kuesioner. Berikut penjelasan mengenai tanggapan responden:

#### **4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel , diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,736 > 0,05$ , dan  $t$  hitung  $0,339 < t$  tabel 2,002. Dari hasil tersebut kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa pengiriman JNE di Wilayah Surabaya Selatan.

Kualitas layanan ini tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat dibuktikan pada uji deskriptif tabel dengan item-item pernyataan variabel kualitas layanan (X1) pada indikator ketanggapan “Ketika ada perubahan atau kendala dengan pengiriman paket, saya mendapatkan pemberitahuan atau penjelasan dengan cepat dari JNE” di pernyataan ini responden yang menunjukkan STS yaitu 4 (6,7%) responden. Pada indikator keandalan dengan pernyataan “Pegawai JNE mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan” jumlah responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 (8,3%), indikator jaminan item pernyataannya “Informasi yang disediakan oleh JNE tentang status pengiriman paket selalu jelas dan akurat” jumlah responden yang memilih sangat tidak setuju 5 (8,3%), dan pada indikator berwujud item pernyataan “Kantor cabang atau agen resmi JNE memiliki fasilitas yang memadai untuk

membantu pelanggan” jumlah responden yang memilih tidak setuju sebanyak 9 (15,0%) responden. Mungkin beberapa dari pelanggan JNE belum puas terhadap layanan yang diberikan oleh JNE.

Kualitas layanan tidak berpengaruh juga dapat disebabkan karena pelanggan JNE mungkin lebih memperhatikan harga layanan dibandingkan kualitas layanan. Harga yang kompetitif atau adanya diskon bisa menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan JNE.

Hasil pengkajian ini tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya, yang diteliti oleh Jonny Iskandar (2019) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap loyalitas pelanggan Pada JNE agen jayindo abadi Batam memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung dan t tabel yaitu  $6,379 > 2,002$  juga diketahui bahwa signifikan dari Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah  $0,000 < 0,05$ . Jadi, bisa disimpulkan bahwa harga mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat dibuktikan juga tabel dengan item-item pernyataan pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat “Harga yang ditawarkan untuk pengiriman JNE sepadan dengan manfaat yang diterima” jumlah responden yang memilih setuju sebanyak 41 (68,3%), jumlah tersebut lebih banyak dari jumlah yang memilih pernyataan-pernyataan indikator pada variabel harga. Karena harga merupakan faktor krusial dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan yang kompetitif atau sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh pelanggan berguna untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama.

Hal ini didukung oleh hasil tabel uji validitas pengukuran kuesioner terhadap indikator instrumen harga yaitu keterjangkauan harga (item X2.1 0,838 dan X2.2 0,840), kesesuaian harga terhadap kualitas produk (item X2.3 0,856 dan X2.4 0,786), kesesuaian harga dengan manfaat (item X2.5 0,799 dan X2.6 0,795), harga sesuai kemampuan atau daya saing harga (item X2.7 0,784 dan X2.8 0,728) hasil tersebut dikatakan valid karena output r hitung  $> r$  tabel 0,254 yang dapat di andalkan atau dipercaya hasilnya pada skala pengukuran setiap instrumen item indikator variabel adalah reliabel yaitu  $0,917$  *cronbach's alpha*  $>$  nilai batas 0.60.

Dapat dikaji dari hasil uji normalitas pada tabel dihasilkan data variabel harga berdistribusi normal dengan nilai residual selisih antara data yang diamati dengan nilai prediksi oleh *Kolmogorov smirnov*  $0,111 > 0,05$ . Pada penelitian ini tidak ada tanda-tanda bahwa harga saling berkaitan erat dengan variabel lainnya, yang dibuktikan dengan nominal tolerance 0,322

$> 0,10$  dan VIF (*Variance Inflation Factor*) harga  $3,104 < 10,00$  pada persamaan regresi pada tabel . Harga ialah salah satu hal utama yang mempengaruhi bagian pasar dan keuntungan perusahaan (Kotler dan Amstrong, 2016)

Menetapkan harga yang murah dan pas dengan nilai yang dirasakan pelanggan dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Penelitian ini sesuai dengan studi Meyske Sari (2020) dengan hasil penelitian harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di JNE Kelapa Gading, Jakarta Utara.

#### **4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Berdasarkan uji  $f$  nilai signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu  $0,000 < 0,05$  dengan nilai  $f$  hitung  $68,844 > f$  tabel  $3,16$ . Hasil dari analisis yang dilakukan peneliti bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal tersebut melalui hasil jumlah responden pada indikator jaminan dengan pernyataan “Jasa pengiriman paket JNE membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan” jumlah responden sebanyak 29 (48,3%) angka tersebut paling tinggi diantara item pernyataan lainnya dan jika dijumlahkan sebanyak 231 responde SS terhadap indikator pernyataan variabel kualitas layanan (X1). Sebanyak 146 SS terhadap variabel Harga (X2) dan jumlah responden yang paling banyak memilih SS yaitu pada indikator harga sesuai kemampuan atau daya saing harga dengan item pernyataan “Layanan JNE memberikan informasi harga yang cukup jelas” jumlah responden 21(35,0%) jika dijumlah dari keseluruhan pernyataan pada indikator variabel harga yang memilih SS sebanyak 146 responden. Dan sebanyak 96 responden SS terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y)

Dapat juga di telaah lagi pada uji normalitas tabel dihasilkan data variabel harga persebarannya normal dengan nilai residual selisih antara data yang di amati dengan nilai prediksi oleh *Kolmogorov smirnov*  $0,111 > 0,05$ . Dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas antara harga dan variabel lain, terbukti dari nilai yang diperoleh tolerance  $0,322 > 0,10$  dan VIF (*Variance Inflation Factor*) harga  $3,104 < 10,00$  .

Penelitian ini sesuai dengan hasil Yuda Ramdani (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di JNE Agen Galungan, Malang.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman JNE di Wilayah Surabaya Selatan. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai objek penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, Kualitas Layanan secara parsial dan signifikan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna JNE di Wilayah Surabaya Selatan. Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji t, berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan nilai  $0,339 < 2,002$ , selain itu diketahui bahwa nilai signifikan dari Kualitas Layanan(X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah  $0,736 > 0,05$ .
2. Pada penelitian ini diperoleh bahwa, Harga berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna JNE di Wilayah Surabaya Selatan. Kesimpulannya di peroleh dari nilai uji t. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $6,379 > 2,002$ , selain itu di ketahui bahwa nilai signifikan dari Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah  $0,000 < 0,05$ .
3. Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) JNE di Surabaya Selatan.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan termuan ini, saran yang di rekomendasikan dari peneliti antara lain :

#### **1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis kualitas layanan ini kurang maka JNE perlu meningkatkan kualitas layanannya dengan fokus pada beberapa area utama yaitu peningkatan pelayanan pelanggan dengan respon cepat dan solusi efektif sangat penting, memastikan pengiriman tepat waktu dan kemasan yang aman untuk semua paket, penggunaan teknologi canggih untuk pelacakan pengiriman real-time dan aplikasi mobile yang user friendly akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Selain itu, JNE bisa mengumpulkan umpan balik pelanggan secara rutin dan mengimplementasikan program loyalitas dengan insentif menarik, dan menjaga harga kompetitif serta menjalankan praktik bisnis berkelanjutan dan tanggung jawab social akan membantu membangun reputasi positif dan hubungan jangka panjang pada customer.

#### **2. Bagi Peneliti**

Selanjutnya diharapkan mampu untuk menambahkan variabel lainnya untuk mengembangkan variabel yang diteliti, misalnya menambahkan variabel kepuasan pelanggan, promo, kepercayaan dan lain sebagainya yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan harapan penelitian selanjutnya bisa lebih baik.

3. Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membuat bisnis *plan* yang lebih produktif untuk meningkatkan kepuasan dan kesetiaan customer dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Aminah, H. A. (2022, November 1). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNE Pucang Anom Surabaya. *Vol 3(6)*, 3579-3585.
- Ardede, J. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Prettyfit Pada PT. Christopher Adidaya Rekananda. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(2), 592-602.
- Herminalina, T. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony pada PT Maju Jaya Cicaheum Bandung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(2), 081-089.
- Iskandar, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Agen Jayaindo Abadi (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen).
- Octaviani, N. P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen JNE di Bandung.
- Oktasari, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa JNE Palembang.
- Prananda, I. P. D. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan jasa pengiriman jalur darat pada JNE Denpasar (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Rahman Sahli, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Goride Jakarta. *Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta*.

- Ramadani, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Galunggung–Kota Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ratu Syifa Nabila Khansa, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Puri Jakarta Barat).
- Sari, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNE di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Pembimbing: Dergibson Siagian.
- Sehro. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Wilayah Surabaya.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D–MPKK–Toko Buku Bandung*. CV. Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk>
- Swara, R. P., & Aisah, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador OH SE-HUN dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Whitelab di Kota Surabaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 9901-9908.
- Wijaya, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Jasa Pengiriman Paket “JNE” Agen Gurah-Kediri) (Doctoral dissertation, Universitas Kadiri).