

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

1. Sejarah Berdiri

Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Berdiri pada tanggal 26 November tahun 1990, PT Tiki jalur Nugraha ekakurir atau JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan atau impor kiriman barang atau dokumen seerta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antara sampai ke seluruh dunia. Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memutuskan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya Tiki dengan nama JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi.

Bertahun-tahun Tiki dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing - masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri yang membedakannya dari Tiki. JNE membeli gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Center. Kemudian pada 49 tahun 2004 JNE membeli gedung untuk dijadikan kantor

pusat. Keduanya berada di Jakarta. Saat ini kantor pusat PT Tiki JNE berada di Tomang Raya No 9 dan 11 Jakarta Barat.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Perusahaan Rantai Pasok Global Terdepan di Dunia.

b. Misi

Memberi Pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten

3. JNE Kantor Cabang Ponorogo

JNE Cabang Ponorogo beralamat di Jl. Kalimantan No.88 B, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63413, Indonesia

B. Hasil Penelitian

1. Profil Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	58.3	58.3	58.3
	Perempuan	40	41.7	41.7	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Data Agustus 2023

Sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas, berdasarkan data kuesioner diketahui bahwa pelanggan terbesar JNE Cabang Ponorogo berjenis kelamin Laki-laki, yaitu sebesar 56 (58,3%) dari jumlah 96 responden. Artinya pelanggan laki-laki merupakan pelanggan terbanyak di JNE Cabang Ponorogo.

b. Berdasarkan Lama Menggunakan JNE

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menggunakan JNE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 bulan	26	27.1	27.1	27.1
	1 s/d 3 bulan	50	52.1	52.1	79.2
	> 3 bulan	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Data Agustus 2023

JNE Cabang Ponorogo didominasi oleh pelanggan yang telah lama menggunakan JNE antara 1 s/d 3 bulan. Hal ini terlihat dari responden pada tabel yang berasal dari pengelompokkan lama menggunakan JNE yang didominasi antara 1 s/d 3 bulan sejumlah 50 (52,1%) responden dari 96 responden yang di data. Artinya pelanggan JNE Cabang Ponorogo yang diteliti telah menggunakan jasa JNE antara 1 s/d 3 bulan.

c. Berdasarkan Jenis Barang yang Dibeli

Tabel 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Barang yang Dibeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kecantikan	4	4.2	4.2	4.2
	Elektronik	28	29.2	29.2	33.3
	Busana	64	66.7	66.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Data Agustus 2023

Jenis terbesar barang yang dibeli pelanggan JNE Cabang Ponorogo yang mengisi data, sebagaimana yang terlihat pada tabel di atas, adalah busana, yaitu sebesar 64 (66,7%) dari jumlah 96 responden yang diberi kuesioner. Diikuti

barang elektronik sebesar 28 (29,2%) dan yang paling kecil barang kecantikan sebesar 4 (4,2%).

2. Tanggapan Responden

a. Variabel Kualitas Layanan (X)

Tanggapan responden terkait Variabel Kualitas Layanan (X):

Tabel 4.4
Variabel Kualitas Layanan (X)

No.	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	X.1	28	24	5	-	-	251	96	4,41
2.	X.2	15	36	7	-	-	236	96	4,14
3.	X.3	28	24	5	-	-	248	96	4,40
4.	X.4	15	39	3	-	-	240	96	4,21
5.	X.5	19	25	13	-	-	234	96	4,11
Total							1212	96	21,26
Nilai rata-rata									4,252

Olahan Data Agustus 2023

Berdasarkan hasil uraian pada Tabel 4.4 di atas, dapat dijelaskan bahwa pada variabel Kualitas Layanan (X) memiliki nilai skor tertinggi adalah Pernyataan pertama yakni “Karyawan JNE cekatan dan teliti dalam melayani” dengan nilai skor sebesar 251 dan nilai rata-rata 4,41. Artinya pelayanan Karyawan JNE sangat cekatan dan teliti dalam melayani. Pernyataan yang memiliki skor nilai terendah adalah Pernyataan kelima yakni “Karyawan JNE sangat ramah dalam melayani” dengan nilai skor sebesar 234 dengan nilai rata-rata 4,11. Artinya dapat disimpulkan bahwa para pelanggan Karyawan JNE sangat ramah dalam melayani. Nilai rata-rata untuk variabel Kualitas Layanan (X) adalah 4,235 artinya bahwa Karyawan JNE cekatan dan teliti dalam melayani serta sangat ramah dalam melayani.

b. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y2)

Tanggapan responden pada penelitian terkait variabel Kepuasan Pelanggan (Y2):

Tabel 4.5
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y2)

No	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	Y _{2.1}	21	36	-	-	-	249	96	4,37
2.	Y _{2.2}	27	21	19	-	-	246	96	4,32
3.	Y _{2.3}	22	35	-	-	-	250	96	4,39
4.	Y _{2.4}	17	30	10	-	-	235	96	4,12
5.	Y _{2.5}	14	31	12	-	-	230	96	4,04
Total							1455	96	25,53
Nilai rata-rata									4,25

Olahan Data Agustus 2023

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y2) pada table 4.5 memiliki nilai skor tertinggi adalah pernyataan ketiga yakni “Saya akan selalu merekomendasikan JNE pada orang lain” dengan total nilai 250 dan skor rata-rata 4,39. Artinya, pelanggan akan selalu merekomendasikan JNE pada orang lain. Pernyataan yang memiliki skor nilai terendah adalah pernyataan kelima yakni “Bagi saya, JNE adalah jaminan kualitas dalam pengiriman barang” dengan total nilai 230 dan skor rata-rata 4,04. Artinya dapat disimpulkan bahwa pelanggan JNE Cabang Ponorogo Bagi saya, JNE adalah jaminan kualitas dalam pengiriman barang. Nilai rata-rata untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y2) adalah 4,25, artinya bahwa mayoritas pelanggan JNE Cabang Ponorogo akan selalu merekomendasikan JNE pada orang lain dan Bagi pelanggan, JNE adalah jaminan kualitas dalam pengiriman barang.

c. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y1)

Tanggapan responden terkait variabel Loyalitas Pelanggan (Y1) pada penelitian ini dipaparkan pada setiap skor Pernyataan – Pernyataan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Variabel Loyalitas Pelanggan (Y1)

No	Variabel	SKOR					Σ Skor	Σ Responden	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS			
1.	Y _{1.1}	28	24	5	-	-	251	96	4,40
2.	Y _{1.2}	8	46	3	-	-	233	96	4,09
3.	Y _{1.3}	14	40	3	-	-	239	96	4,19
4.	Y _{1.4}	28	24	5	-	-	251	96	4,40
5.	Y _{1.5}	8	46	3	-	-	233	96	4,09
6.	Y _{1.6}	14	40	3	-	-	239	96	4,19
Total							723	96	12,68
Nilai rata-rata									4,22

Olahan Data Agustus 2023

Tabel 4.6 di atas, dapat dipaparkan bahwa pada variabel Loyalitas Pelanggan (Y1) memiliki pernyataan skor nilai tertinggi adalah pernyataan pertama yaitu Saya selalu melakukan pembelian ulang dengan JNE”dengan total nilai 251 dan skor rata-rata 4,40. Artinya bahwa mayoritas pelanggan JNE Cabang Ponorogo Saya selalu melakukan pembelian ulang dengan JNE. Pernyataan yang memiliki skor nilai terendah adalah pernyataan kedua yaitu “Saya telah terbiasa menggunakan JNE.” dengan total nilai 233 dan skor rata-rata 4,09. Artinya bahwa mayoritas pelanggan JNE Cabang Ponorogo Saya telah terbiasa menggunakan JNE. Nilai rata-rata untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y1) adalah 4,22 artinya mayoritas pelanggan JNE Cabang Ponorogo Saya selalu melakukan pembelian ulang dengan JNE dan telah terbiasa menggunakan JNE

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010), Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan/kesahihan suatu instrumen. Suatu indikator dikatakan valid apabila indikator tersebut mampu mencapai tujuan pengukuran dalam penelitian. Adapun kriterianya: distribusi (r_{tabel}) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n - 2$). Kaidah keputusan yaitu: jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ berarti valid sebaliknya $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ berarti tidak valid (Ghozali, 2018).

Berdasarkan data dari kuesioner jawaban responden yang diolah menggunakan SPSS terhadap 16 item soal instrumen penelitian (kuesioner) terdiri dari masing-masing; 5 item soal untuk variabel Kualitas Layanan (X), 5 item pernyataan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y2), dan 6 item pernyataan untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y), dengan berdasar pada teknik hitung korelasi *Product Moment Pearson* yang dihitung dengan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No. Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan1	0,770	0,273	Valid
Pernyataan2	0,455	0,273	Valid
Pernyataan3	0,770	0,273	Valid
Pernyataan4	0,553	0,273	Valid
Pernyataan5	0,556	0,273	Valid
Pernyataan6	0,667	0,273	Valid
Pernyataan7	0,764	0,273	Valid
Pernyataan8	0,510	0,273	Valid
Pernyataan9	0,690	0,273	Valid
Pernyataan10	0,648	0,273	Valid
Pernyataan11	0,776	0,273	Valid

Pernyataan12	0, 770	0,273	Valid
Pernyataan 13	0, 505	0,273	Valid
Pernyataan 14	0, 609	0,273	Valid
Pernyataan 15	0, 609	0,273	Valid
Pernyataan 16	0, 609	0,273	Valid

Sumber: Olahan Data Agustus 2023

Berdasarkan data dari 16 butir Pernyataan pada tabel 4.7 yang ditanyakan pada 96 responden, diketahui nilai r_{tabel} sebesar 0,273. Nilai r_{tabel} tersebut berdasarkan rumus r_{tabel} *product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*) = $n-2$, $df = 96-2 = 94$. Di mana berdasarkan distribusi (r_{tabel}) untuk $\alpha = 0.05$ derajat kebebasan ($dk = n - 2$) adalah 0,273 dengan kaidah keputusan: jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ berarti valid sebaliknya, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ berarti tidak valid. Nilai r_{hitung} tersebut terlihat pada tabel 4.7 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}).

Pada tabel 4.7 terlihat bahwa dari 16 item pernyataan yang diuji validitasnya, seluruh item pernyataan, nilai t_{hitung} -nya lebih besar dari t_{tabel} , sehingga seluruh Pernyataan tergolong valid dan layak digunakan sebagai alat pengambil data atau instrumen dalam penelitian.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah semua Pernyataan valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas. Reliabilitas diketahui dengan menguji atau membandingkan nilai r_{hitung} (r_{alpha}) pada kolom *Cronbach's Alpha* dengan nilai konstanta, yaitu 0,6, di mana sebuah item pernyataan dianggap reliabel bila $r_{\text{alpha}} > \text{konstanta}$ (0,6) (Ghazali, 2018).

Berdasarkan hal tersebut maka seluruh butir Pernyataan pada penelitian ini reliabel, karena angkanya lebih besar dari 0,6 sehingga layak digunakan

sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian sebagaimana terlihat pada hasil uji reliabilitas berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No. Item Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i> (r_{hitung})	Konstanta	Keterangan
Pernyataan1	0,879	0.6	Reliabel
Pernyataan2	0,895	0.6	Reliabel
Pernyataan3	0,879	0.6	Reliabel
Pernyataan4	0,890	0.6	Reliabel
Pernyataan5	0,893	0.6	Reliabel
Pernyataan6	0,885	0.6	Reliabel
Pernyataan7	0,880	0.6	Reliabel
Pernyataan8	0,891	0.6	Reliabel
Pernyataan9	0,884	0.6	Reliabel
Pernyataan10	0,886	0.6	Reliabel
Pernyataan11	0,879	0.6	Reliabel
Pernyataan12	0,879	0.6	Reliabel
Pernyataan 13	0,891	0.6	Reliabel
Pernyataan 14	0,887	0.6	Reliabel
Pernyataan 15	0,887	0.6	Reliabel
Pernyataan 16	0,887	0.6	Reliabel

Sumber: Olahan Data Agustus 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, maka seluruh item pernyataan pada penelitian ini reliabel, karena angkanya lebih besar dari 0,6 sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengambilan data dalam penelitian.

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Path analysis bertujuan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antara hubungan tiga variabel atau lebih dan tidak dapat digunakan untuk menyetujui maupun menolak dari hipotesis kausalitas imajiner (Ghozali, 2018). Analisis jalur yang digunakan untuk menganalisis pada penelitian ini yaitu

pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.

a. Regresi

1) Model Pertama

Analisis jalur (*path analysis*) pada pengujian pertama bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun hasil pengujian analisis jalur model pertama dengan menggunakan SPSS Versi 22.00 yaitu:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,305 ^a	,093	,076	3,136

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17,136	3,563		,000
	Kualitas Layanan	,395	,166	,305	,021

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + bX + e$$

$$Y_1 = 17,136 + 0,305X + e$$

$$e = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e = \sqrt{1 - 0,093}$$

$$e = \sqrt{0,907}$$

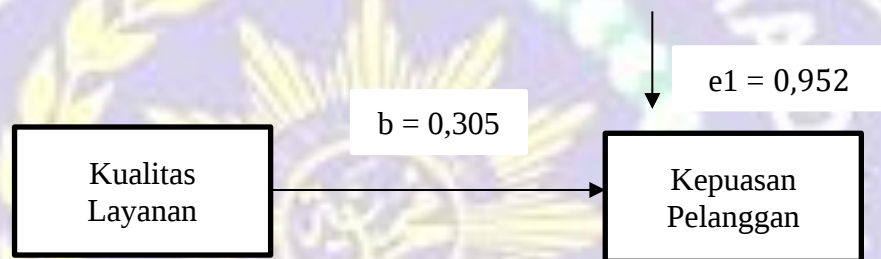
$$e = 0,952$$

Berdasarkan persamaan di atas diperoleh kesimpulan Koefisien Regresi sebagai berikut:

a) Kualitas Layanan (X)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model pertama sebagai berikut:



2) Model Kedua

Analisis jalur (*path analysis*) pada pengujian kedua bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun hasil pengujian analisis jalur model kedua dengan menggunakan SPSS Versi 22.00 yaitu:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,813 ^a	,661	,649	,736

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

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,879	,997		2,889
	Kualitas Layanan	,344	,041	,697	8,382
	Kepuasan Pelanggan	,098	,032	,296	3,091

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = a + b_1X + Y_1 + e_2$$

$$Y_2 = (2,879) + 0,697X + 0,296Y_1 + e_2$$

$$e = \sqrt{1 - r^2}$$

$$e = \sqrt{1 - 0,661}$$

$$e = \sqrt{0,339}$$

$$e = 0,582$$

Berdasarkan persamaan di atas diperoleh kesimpulan Koefisien Regresi sebagai berikut:

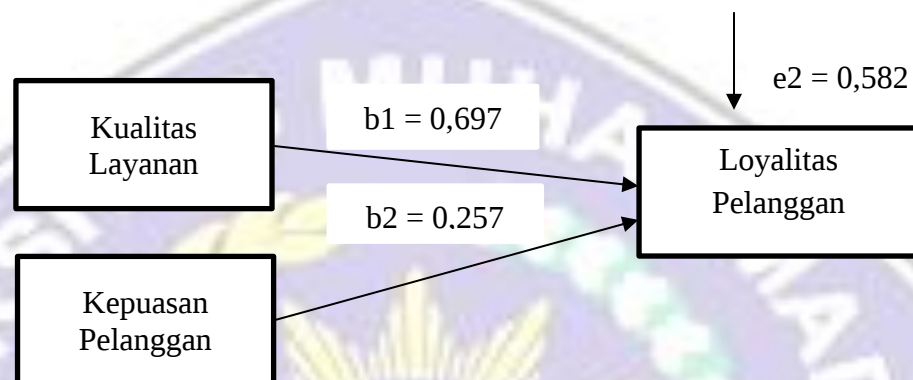
a) Kualitas Layanan (X)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,697 atau 69,7%, dengan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

b) Kepuasan Pelanggan (Y1)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,296 atau 25,7% dengan nilai signifikansi 0,003 atau lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model kedua sebagai berikut:



b. Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) menurut Ghozali (2018) mempunyai tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

1) Model Pertama

Adapun hasil pengujian koefisien determinasi R^2 menggunakan SPSS Versi 22.00 pada model pertama yaitu sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,305 ^a	,093	,076	3,136

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Berdasarkan pada tabel 17 hasil pengujian koefisien determinasi R diperoleh nilai R Square sebesar 0,093. Dapat disimpulkan bahwa

persentase atas kontribusi pengaruh yang diberikan variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 09,3%, sedangkan 90,7% merupakan kontribusi variabel lain di luar variabel penelitian ini.

2) Model Kedua

Adapun hasil pengujian koefisien determinasi R^2 menggunakan SPSS Versi 22.00 pada model kedua yaitu sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,813 ^a	,661	,649	,736

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

Bedasarkan pada tabel 18 hasil pengujian koefisien determinasi R diperoleh nilai R Square sebesar 0,661. Dapat disimpulkan bahwa persentase atas kontribusi pengaruh yang diberikan variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 66,1%, sedangkan 33,9% merupakan kontribusi dari variabel lain di luar variabel penelitian ini.

c. Uji t

1) Model Pertama

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	17,136	3,563		,000
	Kualitas Layanan	,395	,166	,305	,021

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

a) Kualitas Layanan (X)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Layanan diperoleh nilai t hitung sebesar $2,371 > t$ tabel 2,009 maka hipotesis ini dinyatakan “Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”.

2) Model Kedua

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,879	,997		2,889
	Kualitas Layanan	,344	,041	,697	8,382
	Kepuasan Pelanggan	,098	,032	,296	3,091
					,006
					,000
					,003

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

a) Kualitas Layanan (X)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Layanan diperoleh nilai t hitung sebesar $8,382 > t$ tabel 2,009. Maka hipotesis ini dinyatakan “Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan”.

b) Kepuasan Pelanggan (Y2)

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar $3,091 > t$ tabel 2,009 maka hipotesis ini dinyatakan “Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan”.

d. Uji Sobel

Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada JNE Cabang Ponorogo dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (dalam Ghazali, 2018) dengan rumus sebagai berikut berikut:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

dimana:

P = Jalur

Sp = Standard Error

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,098)^2(0,041)^2 + (0,395)^2(0,032)^2 + (0,041)^2(0,032)^2}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,009604) (0,001681) + (0,156025) (0,001024) + (0,001681)(0,001024)}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,00001614432)+(0,0001597696) + (0,00000172134)}$$

$$Sp2p3 = \sqrt{(0,00017763526(0,04(0,041))}$$

$$Sp2p3 = 0,01332798785$$

Pengaruh mediasi selanjutnya dapat diketahui perbandingan antara t hitung dan t tabel di mana jika t hitung > t tabel artinya signifikan (terdapat pengaruh mediasi) dan jika t hitung < t tabel artinya tidak signifikan (tidak terdapat pengaruh mediasi) menggunakan rumus berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{p2p3}{Sp2P3}$$

P = Jalur

Sp = *Standard Error*

Berdasarkan perhitungan di atas, maka thitung:

$$t_{hitung} = \frac{p2p3}{Sp2P3}$$

$$t_{hitung} = \frac{(0,395)(0,098)}{0,01332798785}$$

$$t_{hitung} = \frac{(0,03871)}{0,01332798785}$$

$$t_{hitung} = 2,90441$$

$$t_{tabel} = 2,009 \text{ (Signifikan } 0,05)$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,90441 > 2,009$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Artinya, ada atau terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y2) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1). Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y2) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1) sebesar 0,01332798785.

e. Uji Hipotesis

Kriteria hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan tingkat kepercayaan atau taraf signifikan yang digunakan 5% atau sebesar 95% adalah apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel

independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1) Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,697 atau 69,7%, dengan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan secara signifikan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Layanan diperoleh nilai t hitung sebesar $8,382 > t$ tabel 2,009. Maka hipotesis ini dinyatakan “Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan”.

2) Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Layanan sebesar 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima dan dapat disimpulkan bahwa aspek Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kualitas Layanan diperoleh nilai t hitung sebesar $2,371 > t$ tabel

2,009 maka hipotesis ini dinyatakan “Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan”.

3) Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,296 atau 29,6% dengan nilai signifikansi 0,003 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga H_{05} diterima dan H_{a5} ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa untuk variabel Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,091 $> t$ tabel 2,009 maka hipotesis ini dinyatakan “Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan”.

4) Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada JNE Cabang Ponorogo

Variabel M (Mediasi/Y2) disebut sebagai mediator jika terpenuhi kriteria berikut:

- a) Persamaan I, X secara signifikan mempengaruhi Y (Y1) (atau $c \neq 0$)
- b) Persamaan II, X secara signifikan mempengaruhi M (Y2) (atau $a \neq 0$)
- c) Persamaan III, M (Y2) secara signifikan mempengaruhi Y (Y1) (atau $b \neq 0$).

Dalam penelitian ini, dari olah data yang dilakukan oleh peneliti di dapatkan hasil yaitu untuk variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan juga Loyalitas Pelanggan. Dan untuk variabel

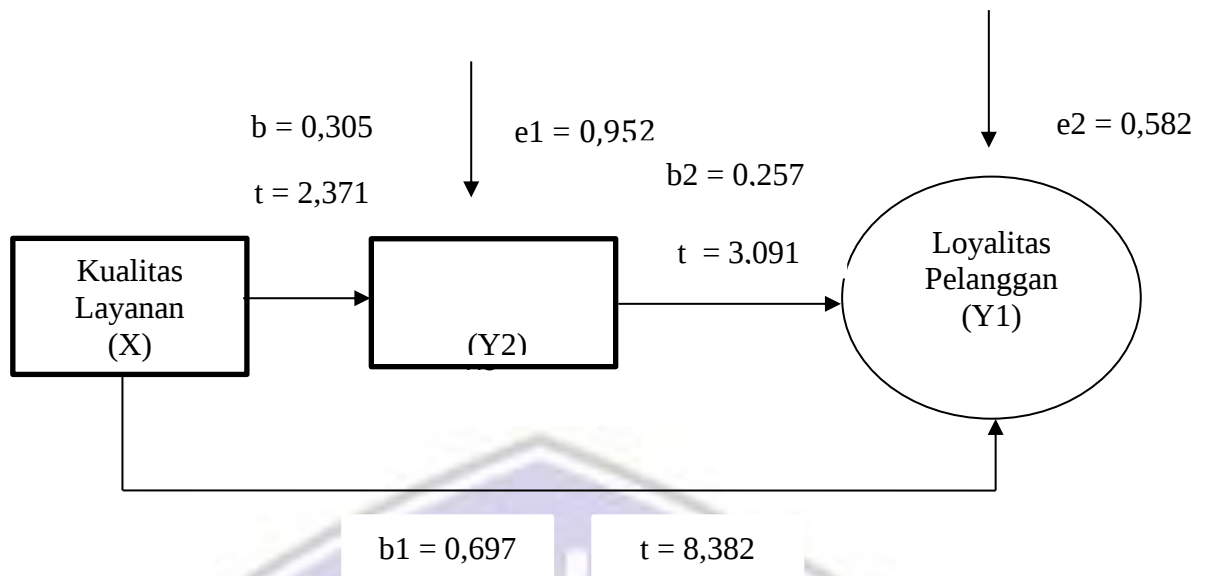
moderator yaitu Kepuasan Pelanggan, memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan. Artinya untuk syarat-syarat pemenuhan mediasi masih telah terpenuhi pada penelitian ini dikarenakan, untuk variabel moderator berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga, pada penelitian ini dinyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Cabang Ponorogo.

Berdasarkan perhitungan uji sobel, diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,90441 > 2,009$), maka dapat disimpulkan bahwa Nilai koefisien mediasi signifikan. Artinya, ada atau terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y2) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1). Artinya

- a) Jika sesuai dengan Persamaan I, maka Kualitas Layanan secara signifikan mempengaruhi Y (Loyalitas Pelanggan) (atau $c \neq 0$)
- b) Jika sesuai dengan Persamaan II, maka Kualitas Layanan secara signifikan mempengaruhi M (Kepuasan Pelanggan) (atau $a \neq 0$)
- c) Jika sesuai dengan Persamaan III, maka M (Kepuasan Pelanggan) secara signifikan mempengaruhi Y (Loyalitas Pelanggan) (atau $b \neq 0$).

Hal ini sejalan dilakukan uji test sobel (*sobel test*) sebelumnya yang menunjukkan pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y2) sebagai variabel mediasi dalam hubungan pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1) sebesar 0,01332798785.

Berdasarkan hasil pengujian model pertama dan model kedua diperoleh diagram analisis jalur (*path analysis*) sebagai berikut:



D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil *path analysis* dijelaskan bahwa untuk uji-t parsial dan koefisien regresi dari variabel Kualitas Layanan (X) diperoleh nilai t hitung sebesar $2,371 > t \text{ tabel } 2,009$ sehingga, secara parsial berpengaruh terhadap signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1) JNE Cabang Ponorogo. Artinya, untuk Kualitas Layanan para pelanggan yang berkerja telah mampu meningkatkan loyalitas pelanggan JNE Cabang Ponorogo. Pada penelitian ini juga menemukan bahwa pelanggan yang berkerja di JNE Cabang Ponorogo, untuk saat ini telah puas sepenuhnya.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil dari *path analysis* dijelaskan bahwa pada uji-t parsial untuk Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y2) mendapat hasil yaitu untuk nilai t hitung sebesar $8,382 > t \text{ tabel } 2,009$ sehingga, secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Ponorogo. Untuk hasil

koefisien regresi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima dan dapat disimpulkan bahwa aspek Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil dari *path analysis* dijelaskan bahwa pada uji-t parsial untuk Kepuasan Pelanggan (Y2) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1) JNE Cabang Ponorogo dengan perolehan nilai t hitung sebesar $3,091 > t$ tabel $2,009$. Untuk Kepuasan Pelanggan itu sendiri mendapat nilai signifikansi 0,003 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga, terdapat pengaruh signifikan dari Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pelanggan.

4. Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Cabang Ponorogo

Berdasarkan hasil dari *path analysis* dijelaskan bahwa pada uji-t parsial untuk variabel Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y2) mendapat hasil yaitu untuk nilai t hitung sebesar $3,091 > t$ tabel $2,009$ sehingga, secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Ponorogo dan untuk hasil koefisien regresi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan itu sendiri mendapat nilai 0,305 atau 30,5%, dengan nilai signifikansi 0,021 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya nilai koefisien regresi tersebut $\neq 0$ atau berpengaruh. Sehingga, Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Ponorogo. Uji-t parsial untuk Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar $3,091 > t$ tabel $2,009$ sehingga Kepuasan Pelanggan (Y2) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y1) JNE Cabang Ponorogo. Untuk Kepuasan Pelanggan itu sendiri mendapat nilai signifikansi $0,003$ yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari $0,05$. Sehingga, terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Baron dan Kenny (1986) menyebut suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel *prediktor* (independen) dan *kriterion* (dependen). Model mediasi memiliki hipotesis bahwa variabel independen mempengaruhi variabel mediator, yang pada gilirannya mempengaruhi variabel dependen. Mediasi sempurna (*perfect mediation*) terjadi ketika tidak adanya efek variabel independen ke dependen ketika variabel mediator dimasukkan dalam persamaan. Namun jika efek variabel independen ke dependen menurun namun tidak sama dengan nol dengan memasukan mediator, maka terjadi mediasi parsial.

Variabel M (Mediasi/Y2) disebut sebagai mediator jika terpenuhi kriteria berikut:

- a. Persamaan I, X secara signifikan mempengaruhi Y (Y1) (atau $c \neq 0$)
- b. Persamaan II, X secara signifikan mempengaruhi M (Y2) (atau $a \neq 0$)
- c. Persamaan III, M (Y2) secara signifikan mempengaruhi Y (Y1) (atau $b \neq 0$).

Berdasarkan hasil estimasi ketiga model regresi tersebut, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk tercapainya mediasi. Pertama, variabel independen harus signifikan mempengaruhi variabel mediator pada persamaan pertama, jadi koefisien $a \neq 0$. Kedua, variabel independen harus signifikan

mempengaruhi variabel dependen pada persamaan kedua, jadi koefisien $c \neq 0$. Dan ketiga, variabel mediator harus signifikan mempengaruhi variabel dependen pada persamaan ketiga, jadi koefisien $b \neq 0$. Mediasi terjadi jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan ketiga (c') dibandingkan pada persamaan kedua (c) (Baron and Kenny, 1986). Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya mediasi, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian mediasional adalah step 2 dan step 3. Jadi, variabel independen mempengaruhi mediator dan mediator mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen (Kenny et al, 1998 dalam Larsman, 2006; Kenny, 2008; McKinnon, 2008). Bila step 2 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c' tidak signifikan ($c' = 0$) maka terjadi *perfect* atau *complete mediation*. Bila koefisien c' berkurang namun tetap signifikan ($c' \neq 0$) maka dinyatakan terjadi *partial mediation* (Kenny, 2008; Preacher and Hayes, 2004).

Dalam penelitian ini, dari olah data yang dilakukan oleh peneliti di dapatkan hasil yaitu untuk variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan juga Loyalitas Pelanggan. Dan untuk variabel moderator yaitu Kepuasan Pelanggan, memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan. Artinya untuk syarat-syarat pemenuhan mediasi, yaitu; Persamaan I, X secara signifikan mempengaruhi Y (Y_1) (atau $c \neq 0$), Persamaan II, X secara signifikan mempengaruhi M (Y_2) (atau $a \neq 0$), dan Persamaan III, M (Y_2) secara signifikan mempengaruhi Y (Y_1) (atau $b \neq 0$) telah terpenuhi pada penelitian ini dikarenakan, untuk variabel moderator berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga, pada penelitian ini dinyatakan bahwa

Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Cabang Ponorogo.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan memediasi variabel Kualitas Layanan. Pada penelitian ini Kepuasan Pelanggan terbukti mampu memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Karena, dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti membuktikan bahwa objek yang di gunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan. Sehingga, Kepuasan Pelanggan mampu berperan sebagai variabel mediasi.

