

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN  
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PENGGUNA JASA PENGIRIMAN PAKET PT J&T EXPRESS DI KOTA  
PADANG**



OLEH :  
DIAH PERMATA RAMADANI  
1910011211157

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
2022**

## JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN PAKET PT J&T EXPRESS DI KOTA PADANG

Oleh

Nama : DIAH PERMATA RAMADANI  
NPM : 1910011211157

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 16 Agustus 2023

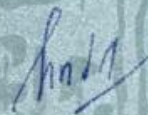
Minyavatu

Pembimbing



Dahliana kameneer, B.S., MBA., Ph.D

Ketua Program Studi



Linda watt, S.E., MSI

## HALAMAN PENGESAHAN

Oleh

Nama : DIAH FERMATA RAMADANI  
NPM : 1910011211157

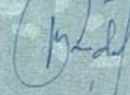
Tim Penguji

Ketua



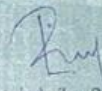
Dahliana Karteneer, B.S., MBA, Ph.D

Sekretaris



Irda, S.E., MA

Anggota



Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc

Skripsi ini telah ditetap sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 1 Januari 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta  
Dekan

Dr. Emi Febrina Harahap, S.E., M.Si

## KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

*Assalamualaikum wr.wb*

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT J&T Express di Kota Padang” untuk menulis disertasi yang merupakan salah satu syarat meraih gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dorongan semangat dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Purbo Jadmiko, SE., M.Si selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Dahliana Kamener BS., MBA., PhD pembimbing yang meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan Skripsi ini.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.

Skripsi disusun dengan sungguh-sungguh dan penuh keikhlasan , tetapi peneliti sadar akan skripsi ini belum bisa dikatakan sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca di masa yang akan datang.

Padang, Agustus 2023

Peneliti

Diah Permata Ramadani

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya skripsi ini penulis mempersembahkannya kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tuaku. Terimakasih sampai saat ini telah mendidikku dari kecil sampai sekarang, dalam keadaan yang susah dan senang, terimakasih telah membesarkanku untuk sampai saat ini dan bisa mendapat gelar “Sarjana Manajemen” karena dibalik semua itu, “Bukan diriku yang hebat, melainkan doa orang tua ku yang hebat”
2. Semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap  
Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT J&T Express  
di Kota Padang**

Diah Permata Ramadani

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Bung Hatta**

E-mail: [diahpermata971@gmail.com](mailto:diahpermata971@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT J&T Express di Kota Padang. Populasi pada penelitian ini sebanyak 80 orang yang terdiri dari masyarakat Kota Padang. Dimana sampel pada penelitian ini adalah 80 orang dengan data yang dapat diolah sebanyak 80 responden, jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuisioner. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini dengan software IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang

Kata kunci: Loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan



***The Influence of Service Quality, Trust and Satisfaction on Customer Loyalty to  
Users of PT J&T Express Package Delivery Services in Padang City***

Diah Permata Ramadani

***Management Study Program, Faculty of Economics and Business***

***Bung Hatta University***

E-mail: [diahpermata971@gmail.com](mailto:diahpermata971@gmail.com)

*Abstract*

*This study aims to test and prove the effect of service quality, trust and satisfaction on customer loyalty among PT J&T Express Package Delivery Service Users in Padang City. The population in this study were 80 people consisting of the people of Padang City. Where the sample in this study amounted to 80 people with data that can be processed as many as 80 respondents, the type of data used is primary data. The data collection method is by distributing questionnaires. The analytical tool used in this study was IBM SPSS Statistics 25 software. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer loyalty, trust had a negative and insignificant effect on customer loyalty, satisfaction had a negative and insignificant effect on customer loyalty of delivery service users PT J&T Express package for Padang City*

*Keywords: Customer loyalty, service quality, trust, satisfaction*



## DAFTAR ISI

### Contents

KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
Lampiran .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	13
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Rumusan Masalah .....	21
1.3 Tujuan Penelitian .....	21
1.4 Manfaat Penelitian .....	22
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1 Kajian Literatur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Pengertian Loyalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Menciptakan dan Memelihara Loyalitas Pelanggan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
2.2 Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Faktor – faktor Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kepercayaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.3.1 Pengertian Kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Faktor – faktor Kepercayaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2 Faktor – faktor Kepuasan Pelanggan....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.3 Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Kerangka Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek Penelitian, Populasi, Sample .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Defenisi Opersional.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1 Loyalitas Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2 Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.3 Kepercayaan Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.4 Kepuasan Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Pengukuran Instrumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.6 Teknik Analisi Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Analisi Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.4 Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.5 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 <i>Response Rate</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2 Profile Respondent .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3 Uji Validitas dan Relabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4 Kepuasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Sumber: Lampiran IV.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.5 Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.6 Uji Asumsi Klasik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.7 Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.8 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3 Pengaruh Kepuasa terhadap Loyalitas Pelanggan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V PENUTUP .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.2 Implikasi Praktis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3 Keterbatasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.4 Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PROFILE RESPONDEN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PERTANYAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Keterangan : .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.2 Fenomena Loyalitas Pelanggan J&t Express di Kota Padang Tabel 1.2 18
- Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3.2 Tingkat Capaian Responden (TCR) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.1 Respon Rate ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.2 Profile Responden ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayana **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual.... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4.17 Hasil Uji F..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4.18 Hasil Uji T..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	17
Gambar 1.2 .....	17
Gambar 4.1 1Hasil Uji Scatterplot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## Lampiran

Lampiran I kuesioner penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran III Profile Responden Lampiran ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran V Analisis Deskriptif ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran VI Uji Asumsi Klasik..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran VII Uji Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan usaha yang sangat pesat baik di dalam negeri maupun internasional menyebabkan persaingan antara perusahaan semakin ketat. Kebutuhan seseorang semakin meningkat dan banyak pelaku bisnis memanfaatkan internet sebagai strategi memasarkan produk dan jasanya. Kemudahan teknologi ini memudahkan seseorang melakukan aktifitas-aktifitasnya secara online, dengan demikian aktifitas yang dilakukan menjadi lebih mudah dan juga lebih praktis. Hal ini membuat banyak masyarakat Indonesia mulai berbelanja secara online.

Menurut Anggarawati (2021) Pelayanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih baik kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Mengutamakan pelayanan yang baik dan berkualitas akan memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang maksimal. Apabila seorang konsumen atau pelanggan telah mendapatkan pelayanan yang maksimal, maka konsumen atau pelanggan tersebut juga akan mendapatkan kepercayaan dan kepuasan. Sehingga dengan demikian konsumen atau pelanggan tersebut akan merasa loyal, dengan demikian perusahaan tersebut dengan sendirinya telah menciptakan sebuah loyalitas pelanggan.

Nurbakti, Bedu dan Runtu (2022) Loyalitas merupakan sebuah aspek penting bagi sebuah usaha untuk mempertahankan eksistensinya agar bisa memenangkan persaingan dengan menjaga pelanggan yang ada dan menarik pelanggan lain. Pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan tersebut dan tidak akan beralih kepada perusahaan lain. Dengan adanya sikap loyal pelanggan terhadap perusahaan, maka perusahaan akan mendapat beberapa keuntungan dalam kegiatan pemasarannya.

Keuntungan tersebut yaitu: mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik konsumen baru lebih mahal), mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan, pesanan dan lain-lain), mengurangi biaya turn over konsumen, meningkatkan penjualan silang yang akan meningkatkan pangsa pasar, word of mouth yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka puas, mengurangi biaya kegagalan seperti biaya penggantian.

Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas merupakan komitmen pada konsumen untuk mendapatkan dan mempergunakan kembali semua produk maupun jasa yang ditawarkan di masa mendatang, dengan tidak terpengaruh situasi maupun penawaran lain yang lebih menarik serta berpeluang membuat konsumen berpindah. Asmarani (2015) Perusahaan dalam mencapai loyalitas konsumen ini dapat terjadi jika konsumen puas akan fasilitas maupun pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Strategi yang bisa dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah mempertahankan kualitas layanan yang diberikan. Pada setiap pelaku usaha, pentingnya peningkatan layanan merupakan permasalahan yang harus mendapatkan perhatian secara terus menerus. Kualitas layanan menjadi faktor unggul agar mampu memenuhi semua harapan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2016). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan dimana jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan diharapkan maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan (Purbasari dan Permatasari, 2018)

Sudaryanan (2020) Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan jasa, untuk mempertahankan kualitas layanan perusahaan jasa harus senantiasa melakukan survei dari waktu ke waktu kepada konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan terhadap perusahaan jasa selaku penyedia layanan. Purnama dan Hidayah (2019) Pemberian kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan tentunya akan dilakukan oleh setiap perusahaan guna mempertahankan para pelanggannya. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa/layanan yang diinginkan konsumen.

Penggunaan jasa merupakan orang yang akan menilai kualitas layanan yang ditawarkan perusahaan, dan dengan penilaian tersebut, konsumen akan mampu membandingkan kesesuaian jasa yang diterima dengan apa yang konsumen harapkan. Untuk itu kualitas layanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar harapan-harapan konsumen dapat terpenuhi.

Menurut Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa, "Trust is the willingness of a firm to rely on a business partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as the firm's perceived competence, integrity, honesty and benevolence". Dimana, kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Menurut Kotler dan Keller (2017) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, perusahaan

menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya. Pembeli bisnis khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan dihantarkan ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya.

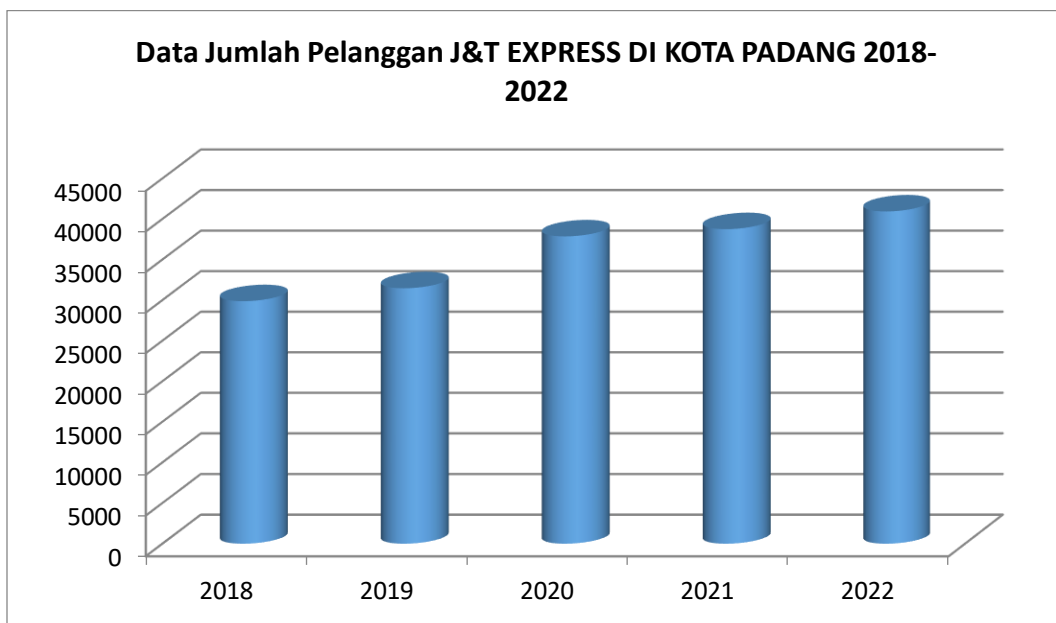
Hal ini sependapat dengan teori dari Tjiptono (2010) yang menyatakan bahwa menciptakan kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yang berlipat ganda seperti ikatan antara perusahaan dan pelanggan menjadi selaras, membentuk suatu pembelian ulang dan terwujudnya suatu loyalitas pelanggan serta membangun suatu rekomendasi dari mulut ke mulut. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) produk dengan harapan". Pelanggan akan puas ketika kinerja sesuai dengan harapan (Kotler & Keller, 2016). Semakin baik kinerjanya, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dimiliki pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Di sisilain, ketidakpuasan akan muncul ketika kinerja jauh di bawah harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016)

Kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik, memadai) dan "facio"(melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Menurut Kotler dan Amstrong (2016) kepuasan konsumen adalah "the extent to which a product's perceived performance matches a buyer's expectation". Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Setiap orang atau organisasi (perusahaan) harus bekerja dengan konsumen internal dan eksternal

demi terciptanya kepuasan konsumen, Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi rasa dan pengalamannya dengan konsumen lain.

Tabel 1.1 menunjukkan peningkatan penggunaan jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang. Hal ini membuat PT J&T Express mengembangkan cabangnya di berbagai daerah di Indonesia.

**Gambar 1.1**

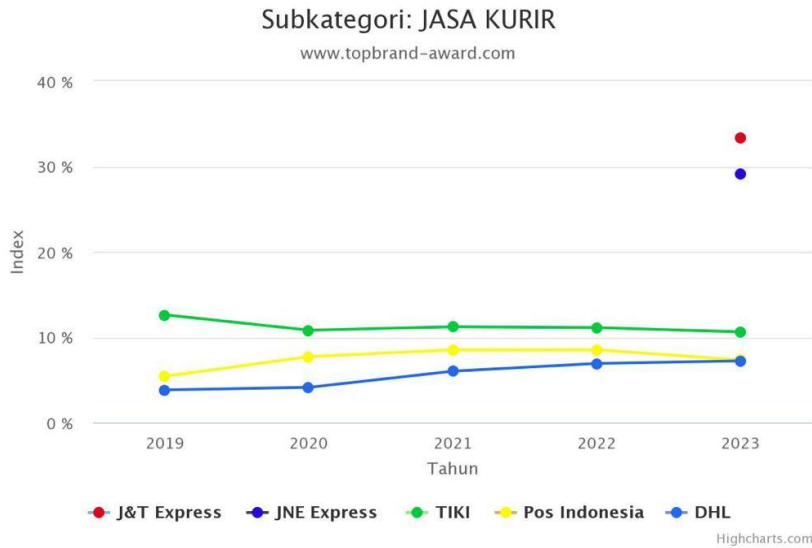


Sumber:

[www.ptj&texpress.com](http://www.ptj&texpress.com)

Dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengguna jasa J&T Express terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir, pada tahun 2018 jumlah pengguna berada di 30.000 dan pada akhir tahun 2022 jumlah pengguna meningkat menjadi 40.000.

**Gambar 1.2**



**www.topbrand-award.com**

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa J&T Express menempati posisi pertama jasa kurir pada tahun 2023 dengan persentasi 33.30%, dibawahnya ada JNE Express sebesar 29.10%, selanjutnya Tiki 10.60%, urutan kedua paling bawah ada Pos Indonesi dengan 7.30%, dan yang terakhir ada DHL sebesar 7.20%.

Untuk mengungkap fenomena terkait loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang. Maka dilakukan survey awal kepada 40 orang masyarakat Kota Padang dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Fenomena Loyalitas Pelanggan J&t Express di Kota Padang**

No	Pernyataan	N	Jumlah (Orang)		Presentase %	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya akan menggunakan J&T Express untuk pengiriman paket	40	25	15	62,5%	37,5%



2	Saya merasa aman jika menggunakan J&T Express untuk pengiriman paket	40	21	19	52,5%	47,5%
3	Saya percaya terhadap ekspedisi J&T Express yang mengirimkan paket saya	40	20	20	50%	50%
4	Saya akan mengenalkan PT J&T express ke kerabat sebagai ekspedisi terbaik	40	28	12	70%	30%
5	Saya tetap menggunakan ekspedisi J&T Express walaupun tidak ada gratis ongkir	40	22	18	55%	45%
Rata-Rata					58%	42%

**Sumber: Survei awal maret 2023**

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh 40 responden ditemukan sebanyak 55% menjawab ya dengan responden tetap menggunakan J&T Express walaupun tidak ada gratis ongkir, 70% menjawab ya dengan responden akan mengenalkan J&t Express ke kerabat, selanjutnya 50% responden menjawab ya dengan responden percaya pada ekspedisi J&T Express. Lalu, 52.5% responden menjawab ya dengan responden merasa aman jika mengirimkan paketnya menggunakan ekspedisi J&T Express dan terakhir 62.5% responden menjawab ya dengan menggunakan J&T Express untuk mengirimkan paketnya.

Selanjutnya salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Lila Tour adn Trafel (Subawa dan Sulistyawati, 2020). Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Nano Store (Chaniago, 2020). Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RM Wongsolo Malang (Dewi, 2020).

Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Shopee (Nirawati dkk, 2020). Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Herbalife (Hafidz dan Muslimah, 2023). Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Tokopedia di Batam (Siboro, 2020).

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada transportasi gojek Manado (Mekel dkk, 2022). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Libra kadipaten Kabupaten Majalengka (Susnita, 2020). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna aplikasi Mobile Shopee (Masitoh dkk, 2019).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardhanari dan Viphindrartin (2022) berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian tersebut yang berperan sebagai variabel bebas dari penelitiannya adalah kepercayaan dan kepuasan sementara variabel terikatnya adalah loyalitas. Kemudian pada penelitian ini menambahkan variabel kualitas sebagai variabel bebas. Penambahan kualitas sebagai variabel bebas tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh penelitian Hajliani (2020) dengan judul Pengaruh Kualita Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Pelanggan Jasa Titip di Media Sosial di Kota Malang.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa peneliti tertarik melakukan penelitian empiris ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat di kemukan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi dalam ilmu manajemen pemasaran terkhususnya keterkaitan antara loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan.

Manfaat praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat di gunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk lebih memahami loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket PT J&T Express di Kota Padang.