

**PENGARUH *SERVICESC*CAPE DAN *SERVICE EXCELLENCE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
JASA J&T EXPRESS CABANG KURANJI PADANG**

SKRIPSI



**Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan
Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:
DEFARES ETORI
NPM. 1610011211172**

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

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

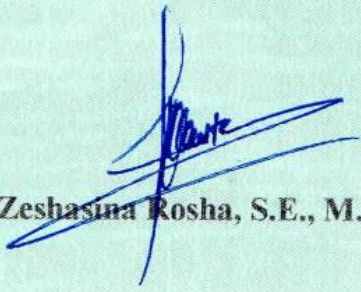
Nama : Defares Etori
NPM : 1610011211172
Program Studi : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Servicescape* dan *Service Excellence* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada jasa J&T Express Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada (Senin, 16 Agustus 2021)

Pembimbing,

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta


Zeshasina Rosha, S.E., M.Si



- Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM

P E R N Y A T A A N

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 24 Agustus 2021

Defares Etori

**THE EFFECT OF SERVICESCAPE AND SERVICE EXCELLENCE ON
CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS
INTERVENING VARIABLES
J&T EXPRESS KURANJI PADANG BRANCH**

Defares Etori¹, Zeshasina Rosha²

*¹Department of Management, Faculty of Economics and Business,
Universitas Bung Hatta*

E-mail: defaresetoriii@gmail.com, zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of servicescape and service excellence on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and sample used in this study were the service users of J&T Kuranji Padang, amounting to 80 respondents. The data analysis methods in this study were PLS and SPSS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including; Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, Q Square and Structural Model Assessment. From the test results it can be concluded that servicescape has a positive effect on customer loyalty, servicescape has a positive effect on customer satisfaction, service excellence has no effect on customer satisfaction, service excellence has no effect on customer loyalty, customer satisfaction does not mediate the relationship between servicescape and customer loyalty and customer satisfaction mediates the relationship between service excellence and customer loyalty services J&T Kuranji Padang.

***Keywords: servicescape, service excellence, customer satisfaction
customer loyalty***

**PENGARUH *SERVICESC*APE DAN *SERVICE EXCELLENCE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
JASA J&T EXPRESS CABANG KURANJI PADANG**

Defares Etori¹, Zeshasina Rosha²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: defaresetoriii@gmail.com, zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* dan *service excellence* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digun akan dalam penelitian ini pengguna jasa J&T Cabang Kuranji Padang yang berjumlah sebanyak 80 responden. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah PLS dan SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: *Measurement Model Assessment* , *Analisis Deskriptif*, *R Square*, *Q square* dan *Structural Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, *servicescape* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *service excellence* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *service excellence* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* tidak memediasi hubungan antara *servicescape* dan *customer loyalty* serta *customer satisfaction* memediasi hubungan antara *service excellence* dan *customer loyalty* jasa J&T Cabang Kuranji Padang.

Kata Kunci: *servicescape*, *service excellence*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1. Kajian Literatur	11
2.1.1. <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.2. <i>Customer Loyalty</i>	13
2.1.3. <i>Servicescape</i>	14
2.1.4. <i>Service Excellence</i>	16
2.2. Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1. Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.2.2. Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.2.3. Pengaruh <i>Service Excellence</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	19
2.2.4. Pengaruh <i>Service Excellence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	20
2.2.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	20
2.2.6. Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> dalam memediasi hubungan	

antara <i>Servicescape</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	21
2.2.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> memediasi hubungan antara <i>Service Excellence</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	22
2.3. Kerangka Konseptual.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Objek Penelitian.....	24
3.2. Populasi dan Sampel	24
3.2.1. Populasi	24
3.2.2. Sampel	24
3.3. Jenis data dan Sumber Data	25
3.3.1. Jenis Data	25
3.3.2. Sumber Data.....	25
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4. Definisi dan Operasional Variabel.....	25
3.4.1. <i>Customer Satisfaction</i>	25
3.4.2. <i>Customer Loyalty</i>	26
3.4.3. <i>Servicescape</i>	26
3.4.4. <i>Service Excellence</i>	27
3.5. Pengukuran Instrumen	28
3.6. Teknik Analisa Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Hasil Penelitian	32
4.1.1. <i>Response Rate</i>	32
4.1.2. Profil Responden	33
4.1.3. <i>Measurement Model Assessment</i>	34
4.1.4. Analisis Deskriptif Variabel	44
4.1.5. <i>R square</i> dan <i>Q square</i>	48
4.1.6. <i>Structural Model Assessment</i>	50
4.2. Pembahasan	51
4.2.1. <i>Servicescape</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	51

4.2.2.	<i>Servicescape</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.2.3.	<i>Service Excellence</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
4.2.4.	<i>Service Excellence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	54
4.2.5.	<i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	54
4.2.6.	<i>Customer Satisfaction</i> sebagai Mediasi antara <i>Servicescape</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	55
4.2.7.	<i>Customer Satisfaction</i> sebagai Mediasi antara <i>Service Excellence</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	56

BAB V. PENUTUP

5.1.	Kesimpulan	58
5.2.	Implikasi	58
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	60
5.4.	Saran Penelitian	60

DAFTAR PUSTAKA	62
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Top Brand Index 2018 Kategori Jasa Kurir.....	3
1.2. Data perbandingan jumlah pengiriman J&T Tahun 2019 dan 2020	4
3.1. Pengukuran Instrumen.....	28
3.2. Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	31
4.1. <i>Response Rate</i>	32
4.2. Profil Responden	33
4.3. Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> (Tahap 1).....	35
4.4. Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> (Tahap 2).....	37
4.5. Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> (Tahap 3).....	39
4.6. <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability Dan Average Variance Extracted</i>	41
4.7. <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	42
4.8. <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Cross Loadings</i>	43
4.9. Statistik Variabel <i>Customer Loyalty</i> pengguna J&T	44
4.10. Statistik Variabel <i>Customer Satisfaction</i> pengguna J&T	45
4.11. Statistik Variabel <i>Servicescape</i> pengguna J&T	46
4.12. Statistik Variabel <i>Service Excellence</i> pengguna J&T.....	47
4.13. <i>R square</i> dan <i>Q square</i>	49
4.14. Hasil Pengujian Hipotesis.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka konseptual	23
4.1. Tampilan Hasil PLS Algorithm (Tahap 1)	36
4.2. Tampilan Hasil PLS Algorithm (Tahap 2)	38
4.3. Tampilan Hasil PLS Algorithm (Tahap 3)	40
4.4. <i>Structural Model Assessment</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Kuesioner Penelitian.....	64
II. Tabulasi Data.....	70
III. <i>Response Rate</i>	73
IV. Profil Responden	74
V. Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i> (Tahap 1-3)	75
VI. <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i>	81
VII. <i>Discriminant Validity dengan Metode Cross Loadings</i>	82
VIII. Statistik Variabel <i>Customer Loyalty</i> dan <i>Satisfaction</i>	83
IX. Statistik Variabel <i>Servicescape</i> dan <i>Excellence</i> pengguna J&T.....	84
X. <i>R square</i> dan <i>Q square</i>	86
XI. Hasil Pengujian Hipotesis.....	87

