



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI J&T EXPRESS BEKASI**

SKRIPSI

Silvia

1202015110

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *DAN ELECTRONIC*
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI J&T EXPRESS BEKASI**

SKRIPSI

Silvia

1202015110

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI J&T EXPRESS BEKASI” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.

Jakarta, 24-08-2019

Yang Menyatakan,


6000
(Silvia)



NIM 1202015110

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

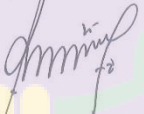
JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
J&T EXPRESS BEKASI**

NAMA : Silvia
NIM : 1202015110
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
TAHUN AKADEMIK : 2012

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Dr. Sunarta, S.E., M.M	
Pembimbing II	Drs. Bambang Sumaryanto., M.M	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI J&T EXPRESS BEKASI


Disusun oleh:
Silvia
1202015110

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA
Pada tanggal : 28 Agustus 2019

Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :


(Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :


(Dr. Sunarta, SE., MM)

Anggota :


(Ummu Salma Al Azizah, SE.I., M.Sc.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.


Dr. Nuryadi Widjiharjono, S.E., M.M.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia
Nim : 1202015110
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI J&T EXPRESS BEKASI”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 24-08-2019
Yang menyatakan,

(Silvia)
Nim 1202015110

ABSTRAKSI

Silvia (1202015110)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI J&T EXPRESS BEKASI

Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. 2019. Jakarta

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Electronic Word Of Mouth*, Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengumpulan data secara langsung, berupa penyebaran kuesioner yang diambil dari suatu sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung J&T Express Bekasi 109 responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data model regresi linier berganda penelitian ini adalah $\hat{Y} = 1,864 + 0,373X_1 + 0,584X_2 + e$ kemudian hasil pengolahan data uji t dapat dilihat kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} = 10,056 > 1,985$ dari t_{tabel} kemudian *electronic word of mouth* diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} = 15,927 > 1,985$ dari t_{tabel} . Serta hasil dari uji F maka terdapat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai $F_{hitung} = 339,072 > 3,08$ dari F_{tabel} . maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, kemudian kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Silvia (1202015110)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND MOUTH ELECTRONIC WORDS ON CUSTOMER LOYALTY IN J&T EXPRESS BEKASI

The Thesis Bachelor Degree Program. Management Major. Faculty Economic And Business Of University Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta

Keywords: Service Quality, Electronic Word Of Mouth, Customer Loyalty.

This research is intended to study the quality of services and electronics word of mouth on customer loyalty at J&T Express Bekasi. This study uses a survey method by collecting data directly, in the form of distributing questionnaires taken from a sample. The sample in this study were visitors to J & T Express Bekasi, 109 respondents. Based on the results of data processing the multiple linear regression model of this study is $\hat{Y} = 1.864 + 0.373X_1 + 0.584X_2 +$ and then the results of test data processing can be obtained service quality obtain a significance value of 0,000 <0,05 with tcount = 10,056> 1,985 from ttable then word electronic word of mouth obtained a significance value of 0,000 <0,05 with a value of tcount = 15,927> 1,985 from t table. The result of the F test is the significance value of 0,000 <0,05 with the value of F count = 339,072> 3,08 from Ftable. Then it can be concluded that the variable quality of service is partially determined against customer loyalty, and electronic word of mouth towards customer loyalty, then the quality of service and electronic word of mouth regulates simultaneously on customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di J&T Express Bekasi”. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang juga telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, nasehat, saran dan meluangkan waktunya hingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, nasehat, saran dan meluangkan waktunya hingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Staf dosen Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama penulis menduduki perkuliahan.
7. Kedua orang tua Bapak Sudirman dan Ibu Elvina Yetti yang selalu memberikan semangat serta doa dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberikan cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis.
8. Adik Ayu Anggraini dan Randi Saputra terimakasih atas dukungannya.

9. Terimakasih untuk temanku (Christina Noviolla, Syifa, Mira, Eci, Rina) telah banyak memberikan support dan bantuan baik secara moril maupun materil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.

10. Seluruh karyawan dan pelanggan J&T Express Bekasi yang telah memberikan partisipasinya selama penulis melakukan penelitian.

Akhir kata Penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 24-08- 2019

Penulis,

(Silvia)

NIM 1202015110

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 pembatasan masalah.....	5
1.2.3 perumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	8
2.2 Telaah Pustaka	19
2.2.1 Pengertian Manajemen	19
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan	22
2.2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	23
2.2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.2.4.3 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.5 Pengertian Electronic Word Of Mouth	27
2.2.5.1 Dimensi Electronic Word Of Mouth	28
2.2.5.2 Indikator Electronic Word Of Mouth.....	29
2.2.6 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	30
2.2.6.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan	31

2.2.6.2	<i>Indikator Loyalitas Pelanggan</i>	32
2.2.6.3	<i>Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan</i>	33
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.4	Rumusan Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian.....	37
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	38
3.3	Populasi Dan Sampel.....	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Sampel.....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	<i>Tempat Dan Waktu Penelitian</i>	43
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	44
3.5	Statistik Deskriptif.....	45
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	46
3.6.1	<i>Uji Validitas Dan Reliabilitas</i>	46
3.6.1.1	<i>Uji Validitas Data</i>	46
3.6.1.2	<i>Uji Reliabilitas Data</i>	47
3.6.2	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	48
3.6.2.1	<i>Uji Normalitas</i>	48
3.6.2.2	<i>Uji Multikolinieritas</i>	48
3.6.2.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i>	49
3.6.2.4	<i>Uji Autokorelasi</i>	49
3.6.3	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	51
3.6.4	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	51
3.6.5	<i>Koefisien Determinasi (R^2)</i>	52
3.6.6	<i>Uji Hipotesis</i>	53
3.6.6.1	<i>Uji Statistik f (Simultan)</i>	53
3.6.6.2	<i>Uji Statistik t (Parsial)</i>	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	55
4.1.2	<i>Sejarah J&T Express</i>	55
4.1.3	<i>Visi, Misi, Motto Perusahaan J&T Express</i>	56
4.1.3.1	<i>Visi Perusahaan J&T Express</i>	56
4.1.3.2	<i>Misi Perusahaan J&T Express</i>	56
4.1.3.3	<i>Motto Perusahaan J&T Express</i>	56
4.1.4	<i>Struktur Organisasi Perusahaan J&T Express</i>	57
4.2	Data Pembahasan.....	61
4.2.1	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	61

4.2.2	<i>Identitas Responden</i>	62
4.2.3	<i>Analisa Per Variabel</i>	66
4.2.3.1	<i>Analisis Kualitas Pelayanan (X₁)</i>	66
4.2.3.2	<i>Analisis Electronic Word Of Mouth (X₂)</i>	74
4.2.3.3	<i>Analisis Loyalitas Pelanggan (Y)</i>	82
4.2.4	<i>Uji Validitas</i>	90
4.2.4.1	<i>Uji Validitas Data</i>	90
4.2.4.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	92
4.2.4.3	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	93
4.2.4.4	<i>Uji Normalitas</i>	93
4.2.4.5	<i>Uji Multikolinearitas</i>	95
4.2.4.6	<i>Uji Heterokedastisitas</i>	96
4.2.4.7	<i>Uji Autokorelasi</i>	97
4.2.5	<i>Teknik Analisis Data</i>	98
4.2.5.1	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	98
4.2.6	<i>Pengujian Hipotesis</i>	100
4.2.7	<i>Analisis Koefisien Korelasi</i>	103
4.2.8	<i>Analisis Koefisien Determinasi</i>	105
4.3	<i>Interpretasi Hasil Penelitian</i>	105
BAB V PENUTUP		
5.1	<i>Kesimpulan</i>	107
5.2	<i>Saran</i>	109
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1	Gambaran Penelitian Tedahulu	15
2	Operasionalisasi Variabel Independen	39
3	Skor Nilai Skala Likert	45
4	Interpretasi Skor	46
5	Pengambilan Keputusan Autokorelasi	50
6	Interpretasi Koefisien Korelasi	52
7	Descriptive Statistics.....	61
8	Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	63
9	Profil Responden Menurut Usia	63
10	Profil Responden Menurut Pendidikan	64
11	Profil Responden Menurut Pekerjaan	65
12	Profil Responden Menurut Pendapatan	65
13	Letak Gedung J&T Express Bekasi Sangat Strategis Dan Parkirannya luas, Serta Memiliki Toilet Bersih Dan Ruang Tunggu Yang Nyaman.....	66
14	Penampilan Karyawan J&T Express Bekasi Rapih Dan Sopan	67
15	Karyawan J&T Express Bekasi Memberikan Perhatian Yang Baik Dan Cepat Terhadap Keluhan Pelanggan	67
16	Karyawan J&T Express Bekasi Memberikan Perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan pelanggan	68
17	Karyawan J&T Express Bekasi sangat memahami kebutuhan yang diperlukan pelanggan	69
18	Karyawan J&T Express Bekasi memberikan pelayanan maksimal	69
19	Ketetapan waktu buka dan jam tutup J&T Express Bekasi tepat waktu dan sesuai jam yang telah ditentukan	70

20	Karyawan J&T Express Bekasi memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi paket pengiriman yang dibutuhkan pelanggan	71
21	Karyawan J&T Express Bekasi cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat	71
22	Karyawan J&T Express Bekasi Mampu Membuat Pelanggan Percaya Perihal Keunggulan Produk Dan Jasa Yang Karyawan J&T Express Punya	72
23	Indikator Kualitas Pelayanan (X_1)	73
24	Frekuensi dalam mengakses informasi J&T Express Bekasi di sosial media setiap hari makin meningkat	74
25	Frekuensi interaksi antara admin di sosial media J&T Express Bekasi dengan pelanggan terus meningkat dan makin banyak ulasan informasi baru	75
26	Banyak Pendapat Positif Di Sosial Media Mengenai J&T Express Bekasi	76
27	Banyak Pendapat Negatif Di Sosial Media Mengenai J&T Express Bekasi	76
28	Informasi Di Sosial Media J&T Express Bekasi mengenai variasi produk jasa terus terupdate	77
29	Promo Harga Yang Diberitahukan J&T Express Bekasi tersedia melalui media sosial	77
30	Saya Selaku pelanggan tetap selalu berbagi pengalaman mengenai J&T Express Bekasi kepada orang lain	78
31	Saya Merekomendasikan J&T Express Bekasi melalui media sosial kepada teman-teman saya	79
32	Saya Selaku pelanggan tetap memberi review positif tentang J&T Express Bekasi di sosial media	79
33	Saya selaku pelanggan tetap Memberi Informasi Melalui Media Sosial Ketika mendapat kesan positif	80
34	Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_2)	81
35	Saya Selaku pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman J&T Express Cabang Bekasi	82

36	Saya selaku pengguna jasa pengiriman barang, datang ke J&T Express Bekasi untuk mengirim barang, menunggu bisa 2 kalo atau lebih	83
37	Saya selaku pelanggan tetap selalu mencoba berbagai produk jasa yang baru dikeluarkan J&T Express Bekasi	83
38	Saya selaku pelanggan tetap selalu ingin mencoba produk yang baru	84
39	Saya selaku pelanggan tetap selalu merekomendasikan jasa pengiriman J&T Express Bekasi kepada Orang Lain	85
40	Saya selaku pelanggan tetap yakin terhadap keunggulan produk jasa J&T Express Bekasi	85
41	Saya selaku pelanggan tetap mempunyai pengalaman baik dengan Perusahaan J&T Express Bekasi	86
42	Saya Merasa Produk J&T Express Bekasi Mempermudah Saya	87
43	Saya Selalu Mengikuti Perkembangan J&T Express Bekasi Melalui Sosial Media	88
44	Saya terbantu melihat ulasan produk J&T Express Bekasi ketika ada produk layanan baru	88
45	Indikator Loyalitas Pelanggan (Y)	89
46	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	90
47	Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_2)	91
48	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	91
49	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	92
50	Hasil Uji Reliabilitas <i>Electronic word of mouth</i> (X_2)	92
51	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)	93
52	Hasil Uji Normalitas	93
53	Hasil Uji Multikolinearitas	96
54	Hasil Uji Heterokedastisitas	96
55	Hasil Uji Auto Korelasi	97
56	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	98
57	Hasil Uji Statistik t	101

58	Hasil Uji Statistik F	102
59	Hasil Uji Koefisien Korelasi	103
60	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	105

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.	Pertumbuhan Pelanggan J&T Express	3
2.	Kerangka Pemikiran Teoritis	35
3.	Struktur Organisasi J&T Express	57
4.	Grafik Normal P-P <i>plot of regression standardized residual</i>	95
5.	grafik <i>scatterplot</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	1/29
2.	Identitas Responden	2/29
3.	Petunjuk Pengisian	3/29
4.	Pernyataan Kuesioner	4/29
5.	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner	7/29
6.	Uji Validitas	16/29
7.	Uji Reliabilitas	19/29
8.	Uji Asumsi Klasik	20/29
9.	Uji Multikolinearitas	21/29
10.	Uji Heteroskedastisitas.....	22/29
11.	Uji Autokorelasi.....	22/29
12.	Regresi Linier Berganda	23/29
13.	Koefisien Korelasi	23/29
14.	Uji Koefisien Determinasi	24/29
15.	Uji t (Parsial).....	24/29
16.	Uji F (Simultan)	24/29
17.	Tabel Uji t	25/29
18.	Tabel Uji F	26/29
19.	Tabel Uji r	27/29
20.	Tabel Durbin Watson	28/29
21.	Daftar Riwayat Hidup	29/29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan industri penjualan maupun jasa tumbuh dengan pesat. Perkembangan yang dinamis ini seiring dengan semakin meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa sesuai kebutuhan konsumen. Permintaan akan terpenuhinya kebutuhan ini tidak hanya dibutuhkan oleh tiap individu saja, melainkan perusahaan-perusahaan juga mengharapkan kebutuhan akan barang dan jasa mereka dapat terpenuhi. Salah satu kebutuhan hidup yang tidak kalah penting di era globalisasi saat ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Pada proses pengiriman barang, sarana pengangkutan juga memiliki peranan yang sangat penting.

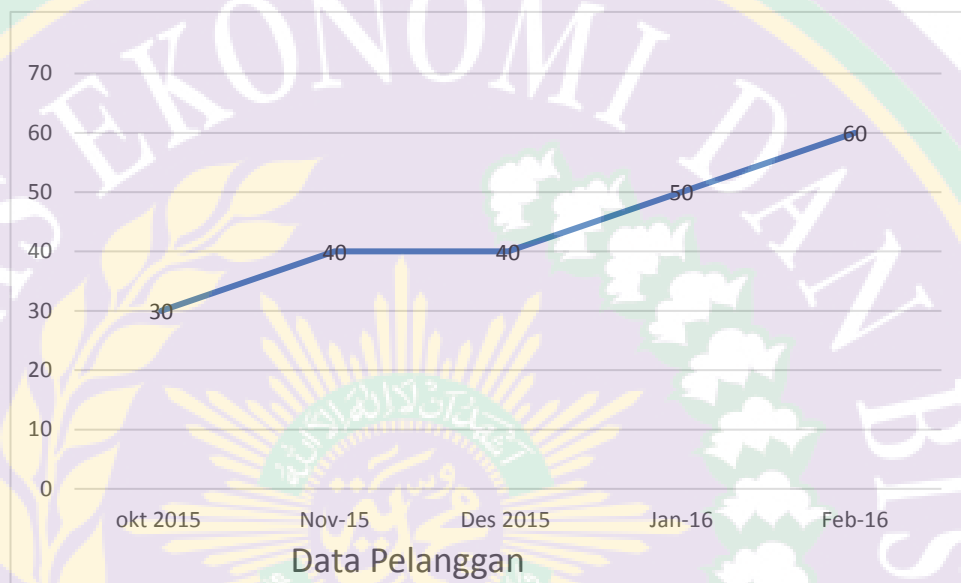
Dalam hal ini pengangkutan dapat dilakukan melalui darat, laut, dan udara. Dimana perusahaan jasa angkutan barang mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang kelancaran arus peredaran barang dari satu tempat ke tempat lain, sehingga diharapkan dapat menunjang suksesnya pembangunan nasional saat ini. Salah satu industri jasa yang juga melihat adanya peluang ini adalah industri jasa ekspedisi. Jasa atau pelayanan (*service*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis. Jasa atau pelayanan dilakukan dengan interaksi antara pelanggan dan karyawan penyedia jasa atau pelayanan tersebut, hampir setiap orang ataupun perusahaan membutuhkan

layanan jasa ekspedisi. Perusahaan yang bergerak di industri jasa ekspedisi, seperti TIKI, ESL, JNE, Kantor Pos Indonesia, FedEx, DHL Express, dan lain-lain. Para pelaku industri jasa ekspedisi biasanya terdiri dari kelompok Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL), Ekspedisi Muatan Pesawat Udara (EMPU), dan Ekspedisi Muatan Kereta Api (EMKA), serta perusahaan *freight forwarder* (perusahaan yang bergerak di jasa pengangkutan barang).

Berdasarkan informasi dari CEO J&T Express sebagai salah satu perusahaan ekspres berkembang di Indonesia menyiapkan pendanaan baru yang nilainya melebihi 100 juta dolar AS. Berdasarkan laporan internal, pada awalnya nilai valuasi perusahaan adalah sebesar 440 juta dolar AS dan kali ini ditutup dengan suntikan dana tambahan sebesar 103 juta dolar AS, hal ini membuat nilai total valuasi PT Global Jet Express saat ini menjadi sebesar 543 juta dolar.

J&T Express menargetkan pengembangan bisnis di Asia Tenggara dengan basis utamanya di Indonesia dimana Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar di Asia Tenggara. Pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia, membantu J&T Express berhasil merebut market jasa pengiriman ekspres. Dengan adanya tambahan investasi ini diharapkan bisa mempercepat ekspansi dan memperluas jaringan J&T Express baik di Indonesia maupun ke seluruh Asia Tenggara dalam waktu dekat. Jet Lee, CEO J&T Express mengatakan “Sebagai perusahaan pengiriman ekspres yang baru didirikan kita masih memiliki banyak kekurangan, ada banyak yang masih perlu disempurnakan, terima kasih untuk pengertian dan dukungan yang diberikan konsumen”. Mengenai pendanaan ini beliau menyampaikan “Setelah pendanaan ini, J&T Express akan tetap fokus untuk

terus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengoptimalkan jangkauan jaringan, meningkatkan kecepatan pengiriman dan mempererat hubungan kerja sama dengan *e-commerce*. Kami akan terus memimpin pengembangan industri ekspres di Indonesia dan mendukung pertumbuhan industri *e-commerce*”.



Gambar 1
Pertumbuhan Pelanggan J&T Express

Sumber: J&T Express tahun 2015-2016

Berdasarkan gambar di atas bisa dapat kita simpulkan bahwa J&T Express mengalami kenaikan terus menerus selama bulan Oktober 2015 s/d Februari 2016. J&T Express adalah jasa pengiriman barang yang bisa dikatakan sangat baru berdiri di *industry* pengiriman barang, walaupun begitu tetapi pelanggan-pelanggan mereka memiliki kepercayaan yang cukup tinggi untuk tetap menggunakan jasa pengiriman kepada J&T Express. Pada saat ini bidang usaha dalam sektor jasa pengiriman barang memiliki persaingan yang cukup ketat sehingga bisnis jasa pengiriman barang mempunyai tantangan utama yaitu

mengelola kualitas pelayanan, dan *electronic word of mouth*, sehingga akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Untuk memperoleh pelanggan yang loyal bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Menurut Nugraha selaku Branch Manager J&T Express Bekasi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh J&T Express agar semakin dikenal oleh masyarakat luas adalah menggunakan media online seperti facebook untuk mempromosikan produk-produk J&T Express dan sebagai sarana pelayanan konsultasi bagi pengguna jasa J&T Express. Akun facebook J&T Express ini dapat dikatakan aktif, hal ini dapat dilihat dari postingan yang dilakukan setiap harinya, aktivitas facebook yang dilakukan oleh J&T Express ini tentu saja mengakibatkan munculnya pengaruh kualitas pelayanan. Saat ini J&T Express berfokus pada dampak potensial dari sosial media facebook terhadap testimoni para pelanggan, dengan perkembangan teknologi internet yang semakin pesat, serta usaha promosi produk jasa J&T Express semakin diuntungkan dengan adanya *electronic word of mouth*.

Berdasarkan penjelasan di atas dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dan terciptanya *electronic word of mouth*, maka loyalitas pelanggan dapat dibangun. Oleh karena itu jika pengaruh kualitas pelayanan tercapai, maka komunikasi *electronic word of mouth* akan tercipta, peningkatan tersebut akan menjadi tercapainya loyalitas pelanggan, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di J&T Express Bekasi”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun masalah-masalah yang diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi?
2. Bagaimanakah pengaruh *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bekasi?
5. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bekasi?
6. Apakah kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bekasi?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan pembahasan lebih rinci, maka perlu melakukan pembatasan masalah yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan di J&T Express Bekasi”

1.2.3 Perumusan Masalah

Dari batasan masalah di atas, maka dibuat rumusan masalah yang diharapkan dapat bermanfaat dalam upaya mencari jawaban mengenai masalah tersebut adalah “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bekasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bekasi.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan antara lain:

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana, dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam memenuhi kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada masyarakat mengenai kualitas pelayanan di J&T Express Bekasi.

4. Bagi Akademik

Dapat dijadikan tambahan informasi dan bahan referensi guna memperoleh ilmu dalam mempelajari tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *electronic word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan di J&T Express Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Press.
- Akbar, Muzahid. (2017). "Impact Of Service Quality, Trust And Customer Satisfaction On Customer Loyalty". *ABAC Journal* Vol. 29. NO. 1. University Lahore Of Management Sciene.
- Basith, Abdul. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan De'pans Pancake And Waffle Di Kota Malang)". *Jurnal EMBA*, Vol. 11 No. Universitas Brawijaya Malang.
- Daft. L. Richard. (2016). *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2014). *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan. S.P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan: Bumi Aksara.
- Hasan. Suprpto. (2015). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia.
- Hening. Thuerue. (2015). *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: Media Pressindo.
- Jasfar Farida. (2014). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, Dadi Adriana. (2014). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Kerlinger, F.N. (2016). *Azas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2014). *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Jakarta: Global Edition.

- Kurniasih Dwi Indah. (2017). “*Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Astra Motor Siliwangi Semarang)*”. Jurnal Administrasi Bisnis vol.1No. 1, September 2017.
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Index.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Leninkumar, Vithya. (2016). “*The Effect Of Service Quality On Customer Loyalty*”. Journal European Journal of Business and Management. Eastern University.
- Mowen dan Minor. (2015). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 5. Jakarta: Erlangga
- Maryanto Supriyono. (2014). *Buku Pintar Perbankan*. Jakarta: Penerbit ANDI.
- Olson. Peter. (2015) *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyanto, Duwi. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Pongoh, Elisabeth Melysa. (2015). “*Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel Di Kota Manado*”. Jurnal riset ekonomi, manajemen bisnis dan akuntansi Vol. 1 No. 4. Universitas Sam Ratulangi.
- Purwanda, Eka. (2018). “*Pengaruh Electronic word Of Mouth, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Lazada Wilayah Bandung Timur)*”. Jurnal INTEKNA.Vol.18 No. 2. STEI STEMBI.
- Rizal, Rosiana. (2017). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Peserta BPJS Kesehatan Sebagai Mediasi Terhadap Loyalitas Pasien*”. Buletin Studi Ekonomi. Vol. 13 No. 2. Universitas Dhama Andalas.
- Ramayah, T. (2016). “*The impact of service quality on customer loyalty*”. researchgate.net. University Sains Malaysia.
- Ratna, Dwi Ningsih. (2019). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek (Studi Pada*

Pelanggan Maskapai Sriwijaya Air Di Indonesia)”. Jurnal Disertasi vol.1No. 1, Desember 2019.

Supriyanto, Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sapre, Usman. (2015). *Manajemen (Teori, Praktik dan Riset Pendidikan)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan ke 19. Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Ke 8*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sunyoto, Danang. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CA

Wijayanto, Kusuma. (2015). “*Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank jateng Syariah*”. Jurnal EMBA, Vol.1