

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

M FATCHURROCHMAN A
141170177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



Disusun Oleh:

M FATCHURROCHMAN A

141170177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN

PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI

KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian atau simbol yang menunjukkan sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah pikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 24 Juni 2021

Yang memberi pernyataan



M FATCHURROCHMAN A

141170177

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

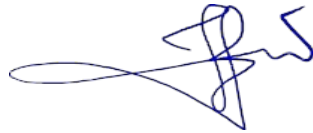
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)**

Disusun Oleh :

MEATCHURROCHMAN A
NIM.141170177

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 05 Juli 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Dosen Pembimbing I



Dr. Dyah Sugandhini, SE, M.Si, CDMP
NIP: 2 1706 950021 1

Dosen Pembimbing II



Shinta Heru Satoto, SE, M.Si
NIP: 2 7509 980190 1

Dosen Penguji I



Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si
NIP: 19640105 199003 1 004

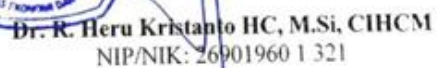
Dosen Penguji I



Hasa Nurrohim, KP, SE, Msi, CFP
NIP: 2 7011 980187 1



MENGETAHUI
KETUA JURUSAN



Dr. R. Heru Kristanto HC, M.Si, CIHCM
NIP/NIK: 26901960 1 321

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)**

M FATCHURROCHMAN A

141170177

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Fatihclasic11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan JNE di Klaten. Pengambilan data dilakukan pada bulan April. Sampel sebanyak 202 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square(PLS)*. Hasil penelitian menemukan bahwa: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan .

Kata Kunci: kualitas layanan, harga, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

MOTTO

BE YOURSELF !!!

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)” dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan dan kerja sama berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dyah Sugandini sebagai Dosen Pembimbing I dan Ibu Shinta Heru Satoto sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan, saran, koreksi serta motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu, Kakak dan Keponakan selaku keluarga penulis yang memberikan semangat dan mendorong proses penulis sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.
3. Seluruh responden yang bersedia membantu dalam melakukan penelitian dan pengambilan data guna menyusun skripsi.
4. Para sahabat-sahabat penulis terutama Mala, Santi, Santi Marfuah, Anggi, Alivia, Agusta, Stevia, dan Noni yang turut memberikan semangat sampai skripsi ini selesai.
5. Saya juga tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah berusaha dengan sangat baik di perkuliahan, melewati masa-masa sulit dengan kuat, telah bekerja keras menyelesaikan skripsi sehingga saya bisa lulus tepat waktu.

Good Job Fatih!!

Semoga dari penulisan skripsi ini dapat memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi pembaca dan semua pihak, khususnya mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Juni 2021

M Fatchurrochman A

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M Fatchurrochman A', written on a light-colored rectangular background.

NIM. 141170177

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Praktis	13
2. Manfaat Akademis	13
3. Manfaat Bagi Peneliti	14
BAB II	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Kualitas Layanan	15
2. Harga.....	17
3. Kepercayaan Pelanggan.....	18
4. Kepuasan Pelanggan	19
5. Loyalitas Pelanggan.....	20
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Hubungan Antar Variabel.....	26
1. Pengaruh Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan	26
2. Pengaruh Harga dengan Kepuasan pelanggan.....	27
3. Pengaruh Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan	27

4.	Pengaruh Kualitas layanan dengan Loyalitas pelanggan.....	28
5.	Pengaruh Harga dengan Loyalits pelanggan	29
6.	Pengaruh kepercayaan dengan loyalitas pelanggan.....	30
7.	Pengaruh kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan	31
8.	Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.....	32
9.	Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.	32
D.	Kerangka Konseptual.....	34
E.	Hipotesis	35
BAB III	37
A.	Metode Penelitian	37
1.	Rancangan Penelitian.....	37
2.	Obyek dan Waktu Penelitian	38
B.	Populasi.....	39
C.	Sampel dan Teknik Sampling	39
D.	Jenis Data Penelitian	40
E.	Prosedur Pengambilan Data	41
F.	Klasifikasi Variabel Penelitian	41
G.	Definisi Operasional Variabel.....	42
H.	Skala Pengukuran Variabel.....	44
I.	Uji Instrumen	47
1.	Uji Validitas	47
2.	Uji Reliabilitas	51
J.	Teknik Analisis Data.....	53
1.	Analisis Deskriptif	54
2.	Analisis Kuantitatif	55
BAB IV	61
A.	Analisis Deskriptif	61
1.	Analisis Karakteristik Responden.....	61
2.	Analisis Deskriptif Variabel	64
B.	Analisis Kuantitatif	69
1.	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	69
2.	<i>Inner Model</i> (Model Struktural)	75
C.	Hasil Pengujian Hipotesis	78

D. Efek Tidak Langsung	82
E. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V.....	95
A. KESIMPULAN.....	95
B. SARAN	96
Daftar Pustaka.....	98
Lampiran	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Popularitas JNE di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Hasil Algorithm 202 Responden	76
Gambar 4.2 Hasil Boostrapping 202 Responden	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia	4
Tabel 2.1 Ringkasan Kajian Empiris	22
Tabel 3.1 Skedul Waktu Pelaksanaan Penelitian	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.3 Skor Skala Likert	45
Tabel 3.4 Kategori variabel.....	46
Tabel 3.5 Outer Loading 30 Responden	48
Tabel 3.6 Cross Loading 30 Responden	49
Tabel 3.7 Average Variance Extracted (AVE) 30 Responden.....	50
Tabel 3.8 Composite Reliability 30 Responden.....	51
Tabel 3.9 Cronbach's Alpha 30 Responden.....	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Umur	62
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan	63
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel.....	64
Tabel 4.6 Kualitas Layanan.....	65
Tabel 4.7 Harga.....	66
Tabel 4.8 Kepercayaan.....	67
Tabel 4.9 Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.10 Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4.11 Outer Loading 202 Responden	71
Tabel 4.12 Cross Loading 202 Responden	72
Tabel 4.13 Composite Reliability 202 Responden.....	73
Tabel 4.14 Average Variance Extracted (AVE) 202 Responden.....	74
Tabel 4.15 Cronbach's Alpha 202 Responden.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Inner Model Struktural	75
Tabel 4.17 Hasil Bootstrapping 202 Responden.....	79
Tabel 4.18 Efek Tidak Langsung	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	102
Lampiran II Data Responden	107
Lampiran III Rekapitulasi Jawaban Responden.....	120
Lampiran IV Hasil Uji Instrumen Awal.....	130
Lampiran V Hasil Olah Data.....	133
Lampiran VI Bukti Ulasan Pengguna JNE	138

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2020 menjadi tahun dimana diseluruh dunia khususnya di Indonesia menerapkan adanya kondisi *physical distancing*. Kondisi ini diterapkan di Indonesia mulai berkisar di bulan Februari 2020. *Physical distancing* ini diberlakukan setelah merebaknya *Covid-19* di dunia. Pemerintah memberlakukan adanya pembatasan sosial atau kondisi menjaga jarak untuk mencegah penularan virus *corona* . Masyarakat dihimbau untuk menghindari adanya kerumunan, keluar rumah maupun beraktivitas yang melibatkan banyak pihak atau orang. Semua aktivitas dan kegiatan disarankan dilakukan melalui di rumah saja sehingga muncullah istilah *WFH (Work From Home)*.

Penerapan kondisi *physical distancing* mengakibatkan penggunaan internet semakin pesat. Mereka menggunakannya untuk aktivitas pekerjaan, belajar atau untuk mengusir kebosanan. Dengan melakukan aktivitas dirumah diharapkan dapat memutuskan penyebaran *Covid -19* sehingga, masyarakat dihimbau untuk dirumah saja. Guna memenuhi kebutuhan hidupnya masyarakat menggunakan internet. Seiring dengan perkembangan internet yang sangat cepat di Indonesia, menyebabkan semakin berkembangnya *e-business* di Indonesia. Perkembangan *e-business* secara perlahan merubah pola konsumsi masyarakat Indonesia.

Pola konsumsi masyarakat umumnya lebih memilih membeli di *Online shop* dari pada membeli di toko secara langsung, hal tersebut merupakan bukti meningkatnya pola konsumsi praktis di kalangan masyarakat.

Seiring dengan perkembangannya bisnis online di Indonesia, maka kehadiran perusahaan dibidang jasa pelayanan pengiriman barang atau perusahaan ekspedisi menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan. Perusahaan ekspedisi menjadi perantara antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi bisnis online. Kehadiran perusahaan ekspedisi bisa membantu kelancaran proses transaksi dalam bisnis online. Melihat peluang yang ada di dalam industri pengiriman barang, saat ini telah banyak perusahaan yang bersaing dalam industri ini, baik perusahaan milik negara maupun milik swasta berusaha terus meningkatkan layanan dalam upaya menarik minat pelanggan.

Salah satu perusahaan jasa pelayanan pengiriman barang milik swasta adalah JALUR NUGRAHA EKAKURIR yang selanjutnya disebut JNE. Pada perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman barang, ada beberapa hal yang dilakukan untuk menarik minat pelanggan, salah satunya dengan meningkatkan mutu dan konsistensi pelayanan. Dengan peningkatan mutu pelayanan tersebut, diharapkan pelanggan yang menggunakan jasa ekspedisi tersebut akan merasa puas. Peningkatan mutu pelayanan harus diikuti dengan konsistensi dalam melakukan pelayanan yang maksimal, supaya menciptakan adanya kepercayaan pelanggan akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa tersebut. Dengan

adanya kepuasan serta kepercayaan dari pelanggan, diharapkan akan muncul loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan harus diterapkan oleh suatu perusahaan supaya perusahaan dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan.

Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memuaskan pelanggan. Hakikatnya, membentuk kepuasan pelanggan memanglah sulit dicapai karena keinginan individu itu sendiri. Adanya penerapan *Physical Distancing* oleh pemerintah membuat berbagai macam kegiatan menjadi berbasis *online*. Hal ini menjadikan jasa pengiriman barang memegang peranan penting agar barang yang dibutuhkan pelanggan dapat sampai ke tangan pelanggan dengan baik. Sehingga, ini menjadi tantangan yang besar bagi JNE untuk memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Standar kepuasan pelanggan yang tinggi membuat JNE harus lebih ekstra dalam memenuhi kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan. JNE harus mampu mempertahankan kualitas pelayanan dan juga memperhatikan ketatnya persaingan perusahaan sejenis. Ketatnya persaingan dari perusahaan lain dapat dilihat dari bentuk penawaran yang diberikan, seperti dalam segi kualitas layanan maupun tarif yang ditentukan.

Tabel 1.1

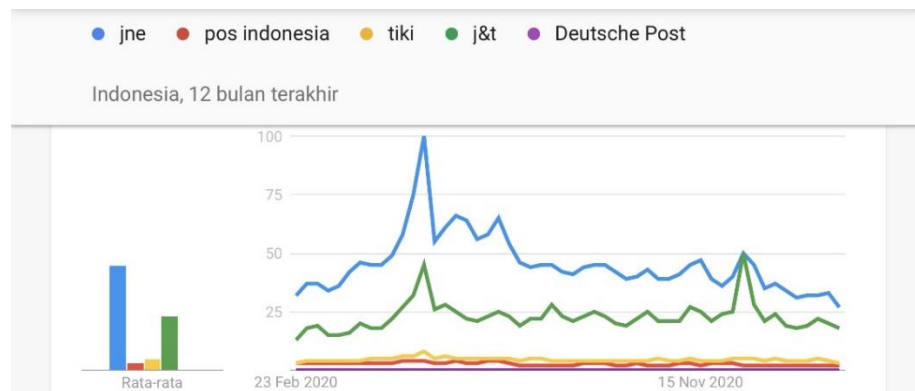
*TOP BRAND INDEX***Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2018,2019 dan 2020**

BRAND	TOP BRAND INDEX			RANKING		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
JNE	45.0%	26.4%	27.3%	1	1	1
J&T	13.9%	20.3%	21.3%	2	2	2
TIKI	13.6%	12.6%	10.8%	3	3	3
POS INDONESIA	11.6%	5.4%	7.7%	4	4	4
DHL	3.5%	3.8%	4.1%	5	5	5

Sumber : <http://topbrand-award.com/>

Berdasarkan *Top Brand Award* tahun 2018 hingga 2020, JNE masih mempertahankan posisinya menjadi peringkat pertama dengan meraih poin siper*Top Brand Index (TBI)* sebesar 27,3%. Berdasarkan data pada Tabel 1.1 terindikasi bahwa Merek (*Brand*) JNE masih menempati peringkat pertama dibanding dengan para pesaingnya yaitu J&T,TIKI,POS,dan DHL

Gambar 1.1
Data Popularitas JNE di Indonesia tahun 2020



Sumber : <https://trends.google.com/>

Menurut survei pada *Google Trends* pada bulan Februari hingga Desember 2020 yang melibatkan seluruh daerah di Indonesia. Hasil survei menerangkan bahwa JNE mengalami penurunan pada bulan juni sampai dengan bulan Desember ditahun 2020. Berdasarkan tabel tersebut JNE merupakan perusahaan yang menjadi *top brand* dari perusahaan sejenisnya, dari pengukuran *Top Brand Index (TBI)* presentase dari JNE mengalami peningkatan di tahun 2020 sebesar 27,3%. Jika dibandingkan dengan data popularitas ternyata ada sebuah ketimpangan dimana tingkat popularitas pada layanan JNE tidak sebanding dengan status JNE sebagai *top brand*.

Berdasarkan dari observasi dan ulasan konsumen di *Google Review* pada JNE sub agen Klaten, masih terdapat pelayanan yang tidak memuaskan dan kecewa. Kekecewaan terhadap sub agen JNE Klaten bermacam-macam diantaranya keterlambatan estimasi pengiriman barang, paket kiriman yang tidak dapat di *tracking*, terjadi kerusakan pada paket

yang dikirim dan hilangnya paket kiriman barang serta pegawai yang dianggap kurang ramah dalam melayani konsumen. Pelanggan menunjukkan rasa tidak puasnya dengan menceritakan di media sosial mengundang banyak tanggapan negatif dari orang yang pernah menggunakan layanan JNE. Di sisi lain juga pelanggan menjadi tidak loyal karena ketidakpuasan yang mereka rasakan, mereka memilih beralih ke perusahaan jasa pengiriman lainnya. Dari berbagai kasus tersebut, JNE harus mencari cara agar tingkat kepercayaan pelanggan serta kualitas pelayanan dapat diperbaiki yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang mengarah terhadap loyalitas pelanggan.

Variabel loyalitas dibutuhkan sebagai variabel dependen untuk menganalisis penggunaan jasa pengiriman JNE. Secara harfiah loyal berarti setia, sedangkan loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri dikarenakan pada pengalaman masa lalu. Menurut Oliver (2013) bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari (Rizan et al., 2014), yang menyatakan bahwa karakteristik pelanggan setia meliputi melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli di antara

ini produk dan layanan dan merekomendasikan kepada orang lain dan tidak mudah terpengaruh oleh daya tarik produk pesaing.

Loyalitas konsumen adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang kali, mereka akan melakukannya terus menerus dan berulang kali dan tinggmenghadiri tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya untuk memiliki produk atau menerima layanan dan membayar produk. Loyalitas dapat dipengaruhi oleh dari beberapa variabel seperti Kepuasan pelanggan, Kualitas layanan, Harga dan Kepercayaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Lovelock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Mohamad Dimiyati dan N.Ari Subagio (2016) juga menegaskan pengaruh kepuasan pelanggan

terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan layanan jasa pengiriman POS Express memiliki hasil yang positif dan signifikan.

Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhinya, tetapi kualitas layanan juga merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kotler (Alma 2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Berdasarkan Lovelock, Patterson, dan Walker (1998), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan kontrol atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lebih lanjut juga dijelaskan tentang kualitas layanan lebih menekankan pada kata-kata pelanggan, layanan, kualitas, dan level. Layanan pelanggan terbaik (sangat baik) dan tingkat kualitas layanan adalah cara terbaik dan paling konsisten untuk memenuhi harapan pelanggan (standar layanan eksternal dan *fee*) dan sistem kinerja layanan (layanan internal standar, biaya, dan keuntungan). Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Sisca Ariani dan Muhammad Riza (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah harga. Harga merupakan salah satu bagian terpenting dalam memasarkan suatu produk atau jasa karena harga merupakan salah satu dari empat bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sementara menurut Dharmesta (2008), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Riggs, 2011) Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari hasil penjualan produknya berupa barang atau jasa. (Renneboog dan Spaenjers, 2013) Penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh organisasi perusahaan. Selanjutnya, teori ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Dimiyati dan N.Ari Subagio (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.

Pengaruh loyalitas pelanggan lainnya yang tidak kalah penting ialah kepercayaan. Menurut Gunawan (2013) kepercayaan diartikan sebagai isyarat yang menunjukkan suka dan tetap menggunakan suatu produk atau merek. Kepercayaan ini menciptakan citra merek dan produk,

orang akan bertindak mengikuti kepercayaan mereka (Kotler & Keller, 2012). Kepercayaan akan muncul dari benak konsumen ketika produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan konsumen dalam suatu produk. Menurut Jasfar (2012) hubungan yang baik dibangun pada pengalaman seseorang yang menarik, unik atau spesifik dan keunikan serta kualitas pelayanan yang diberikan semakin terjaga, bahkan ditingkatkan lagi. Sehingga yang dirasakan oleh pengguna jasa bukan sekedar pengalaman sesaat, tetapi sebagai peningkatan kepercayaan pelanggan dari pengalaman sebelumnya untuk melanjutkan masa depan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sufrin Hannan dkk (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan diperlukan guna meyakinkan pelanggan dalam pengangkatan perusahaan superior independen yang dapat mengamankan bisnisnya.

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Sisca Arianii , Muhammad Riza Firdaus, Hairudinor (2019) hasil pengujian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Dimiyati, N. Ari Subagio (2016) hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur. Selanjutnya hasil pengujian oleh Adji Achmad Rinaldo Fernandes, Solimun Solimun (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan berdasarkan hasil pengujian oleh Sisca Arianii,

Muhammad Riza Firdaus, Hairudinor (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik melakukan penelitian pada PT. JNE dengan Kualitas layanan, Harga ,Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel penelitian. Penelitian ini akan dilakukan di Klaten. Maka dari itu judul penelitian ini yaitu “PENGARUH KUALITAS LAYANAN,HARGA DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus pada Pengguna Layanan JNE di Klaten)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten?

4. Apakah Kualitas *Layanan* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten?
5. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten?
6. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten?
7. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten?
8. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE di Klaten?
9. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE di Klaten?
10. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE di Klaten?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.
2. Untuk menganalisis apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.
3. Untuk menganalisis apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

4. Untuk menganalisis apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.
5. Untuk menganalisis apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.
6. Untuk menganalisis apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.
7. Untuk menganalisis apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.
8. Untuk menganalisis apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE di Klaten.
9. Untuk menganalisis apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE di Klaten.
10. Untuk menganalisis apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada JNE di Klaten.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan khususnya yang berkaitan dengan jasa pengiriman dan sebagai acuan untuk lebih meningkatkan kualitas layanan yang dapat dimengerti dan dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berkaitan dengan masalah kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan jasa pengiriman JNE dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian dimasa mendatang.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang terkait dengan pengaruh persepsi kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan jasa pengiriman JNE dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian atau evaluasi pelanggan terhadap standar layanan yang diberikan penyedia layanan untuk secara konsisten dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2014) definisi “kualitas pelayanan difokuskan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Kotler (Alma 2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

b. Indikator Kualitas Layanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara

keseluruhan. Tjiptono(2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya)

- 1) *Reliability* (keandalan) yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa
- 3) *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.
- 4) *Emphaty* (perhatian) yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.
- 5) *Tangibles* (bukti fisik) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan suatu nilai produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Definisi harga menurut Kotler dan Armstrong (2001: 439) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri (Oka A. Yoeti, 2016).

b. Indikator Harga

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel harga. Kotler and Armstrong (2012) menyatakan bahwa indikator harga sebagai berikut :

- 1) Harga terjangkau
- 2) Harga bersaing

- 3) Sesuai dengan kualitas
- 4) Sesuai dengan manfaat

Kepercayaan Pelanggan

a. Pengertian Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan merupakan suatu kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Menurut Boonlertvanich (2019) Kepercayaan adalah paradigma yang diterapkan untuk menandai perjuangan pelanggan dalam mengurangi risiko. Sumaedi dkk. (2015) menyatakan bahwa kepercayaan melibatkan niat perilaku yang menandakan ketergantungan pelanggan pada penyedia layanan dan ini melibatkan kerentanan dan ketidakpastian tentang peran penyedia. Menurut Gunawan (2013) kepercayaan diartikan sebagai isyarat yang menunjukkan suka dan tetap menggunakan suatu produk atau merek. Kepercayaan akan muncul dari benak konsumen ketika produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan konsumen dalam suatu produk. Kepercayaan menurut Chulaifi & Setyowati (2018) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan menurut Barnes adalah

keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang di inginkan pada mitra pertukaran (Chulaifi & Setyowati 2018).

b. Indikator Kepercayaan Pelanggan

Kennedy (2009:74) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari empat komponen, yaitu:

- 1) Perusahaan dapat dipercaya karena sangat memperhatikan pelanggan yang keluar.
- 2) Perusahaan dapat dipercaya karena memperhatikan kepentingan pelanggan.
- 3) Perusahaan tidak akan membohongi pelanggan walaupun menguntungkan perusahaan.
- 4) Perusahaan memiliki standar kejujuran dan moralitas.

Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen menurut Kotler merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, Philip T.; Keller, Kevin Lane; 2012, p. 147). Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Lovelock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa, kepuasan

adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah:

- 1) Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
- 2) Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
- 3) Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Menurut Oliver (2013) menyatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau jasa yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Baumann dkk. (2011) dan Boonlertvanich (2019) menjelaskan loyalitas sebagai perilaku dan sikap pelanggan dan menunjukkan bahwa sikap dan perilaku dapat di evaluasi untuk

menentukan loyalitas pelanggan. Loyalitas konsumen adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang kali, mereka akan melakukannya terus menerus dan berulang kali dan saya menghadiri tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya untuk memiliki produk atau menerima layanan dan membayar produk.

b. Indikator Loyalitas Pelanggan

Tjiptono (2012) mengemukakan beberapa indikator loyalitas pelanggan, yang mana sebagai berikut :

- 1) Melakukan pembelian adalah konsisten. Konsumen membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 2) Merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Komunikasi konsumen dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk untuk orang lain.
- 3) Konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing. Konsumen tidak tertarik dengan hal serupa lainnya produk dari perusahaan.
- 4) Melakukan pembelian di luar lini produk / jasa.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Ringkasan Kajian Empiris

Judul, peneliti, tahun	Variabel	Alat analisis	Hasil analisis
<p><i>The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust (Tahir Islam, Rauf Islam, Abdul Hameed Pitafi , Liang Xiaobei , Mahmood Rehmani , Muhammad Irfan , Muhammad Shujaat Mubarak, 2020)</i></p> <p><i>Publish on : Elsevier</i></p>	<p><i>Independent :</i> 1.Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</p> <p><i>Dependent :</i> Loyalitas Pelanggan</p> <p><i>Mediator :</i> 1.Reputasi Perusahaan 2.Kepuasan Pelanggan 3.Kepercayaan Pelanggan</p>	(PLS-SEM)	<p>Hasil peneliian mengindikasikan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. kepuasan pelanggan, reputasi perusahaan, dan kepercayaan pelanggan adalah anteseden utama loyalitas pelanggan dan niat membeli. 2. kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan reputasi perusahaan memediasi hubungan antara CSR dan loyalitas pelanggan.
<p><i>The impact of service quality and price on passengers' loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia perspective (Chao Shen, Yazkhiruni Yahya, 2020)</i></p> <p><i>Publish on : Elsevier</i></p>	<p><i>Independent :</i> 1.Kualitas Layanan 2.Harga</p> <p><i>Dependent :</i> Loyalitas Penumpang</p>	(PLS-SEM)	<p>Hasil penelitian mengindikasikan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas layanan dan harga merupakan faktor utama dari kepuasan penumpang, yang mempengaruhi dan mengarah pada loyalitas penumpang, Saran bahwa pelayanan yang baik dan harga tiket yang terjangkau akan membuat penumpang semakin puas dan kemudian menambah penumpang setia.

			2.kualitas layanan memiliki kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga dalam memprediksi kepuasan pelanggan, memberikan bukti bahwa kualitas layanan yang lebih baik secara signifikan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
<p><i>The Influence of Customer Satisfaction, Trust and Information Sharing on Customer Loyalty of Professional Services Company: An Empirical Study on Independent Surveyor Services Industry in Indonesia (Sufrin HANNAN, Budi SUHARJO, Kirbrandoko KIRBRANDOKO, Rita NURMALINA , 2017)</i></p> <p><i>Publish on : ProQuest</i></p>	<p><i>Independent :</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Pelanggan 2.Kepercayaan 3.Information sharing <p><i>Dependent :</i></p> <p>Loyalitas Pelanggan</p>	(SEM-LISREL)	<p>Hasil penelitian mengindikasikan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan melalui peningkatan fitur, jenis layanan, dan atribut layanan untuk memuaskan persepsi pelanggan terhadap perusahaan jasa secara keseluruhan sesuai dengan harapannya. 2. Kepercayaan pelanggan melalui peningkatan kredibilitas dan integritas karyawan guna meyakinkan pelanggan dalam pengangkatan perusahaan surveor independen yang dapat mengamankan bisnisnya. 3. Berbagi informasi melalui peningkatan berbagi informasi secara informal selain formal, memberikan informasi yang berguna bagi pelanggan dan korespondensi tepat waktu untuk informasi yang diperlukan.
<p><i>Analysis Of The Influence Of Service Quality, Price, Trust And Corporate Image On Satisfaction And Customer Loyalty In Pt. Pos Indonesia Banjarmasin (Sisca Arianii , Muhammad Riza Firdaus, Hairudinor, 2019)</i></p> <p><i>Publish on : Oapub</i></p>	<p><i>Independent ;</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Layanan 2.Harga 3.Kepercayaan 4.Citra Perusahaan 5. Kepuasan <p><i>Dependent :</i></p> <p>Loyalitas Pelanggan</p>	(SEM-GeSCA)	<p>Hasil penelitian mengindikasikan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variable kualitas pelayanan,harga, kepercayaan dan citra perusahaan. 2. Variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan. 3. Kualitas pelayanan memiliki nilai positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

			<p>4. Harga memiliki nilai positif dan signifikan terhadap kepuasan. Namun, harga tidak berpengaruh signifikan tentang loyalitas pelanggan.</p> <p>5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Namun, tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>6. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Namun, citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>7. Kepuasan pelanggan memberi nilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p>
<p><i>Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java (Mohamad Dimiyati, N. Ari Subagio , 2016)</i></p> <p><i>Publish on : MC SER</i></p>	<p><i>Independent :</i> 1.Kualitas Layanan 2.Harga 3.Citra Merek</p> <p><i>Dependent :</i> Loyalitas Pelanggan</p> <p><i>Mediator :</i> Kepuasan Pelanggan</p>	(PLS-SEM)	<p>Hasil penelitian mengindikasikan bahwa:</p> <p>1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur</p> <p>2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur</p> <p>3. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur</p> <p>4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.</p> <p>5. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.</p> <p>6. Citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.</p> <p>7. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.</p>

<p><i>The mediation effect of customer satisfaction in relationship between service quality, service orientation and marketing mix strategy to customer loyalty (Adji Achmad Rinaldo Fernandes, Solimun Solimun, 2018)</i></p> <p><i>Publish on : Emeraldinsight</i></p>	<p><i>Independent :</i> 1.Kualitas Layanan 2.Orientasi Layanan 3.Strategi Bauran Pemasaran</p> <p><i>Dependent :</i> Loyalitas Pelanggan</p> <p><i>Mediator :</i> Kepuasan Pelanggan</p>	<p><i>(SEM-AMOS)</i></p>	<p>Hasil penelitian mengindikasikan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Strategi bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4. Orientasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 5. Strategi bauran pemasaran berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 6. Kepuasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C. Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan dalam setiap perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Setiap pelanggan menuntut agar produk atau jasa yang diberikan perusahaan dapat memberi kepuasan yang besar (Kotler & Armstrong, 2017, p. 31) Chang dan Yeh (2017) mendefinisikan bahwa kualitas layanan memiliki efek jangka panjang dalam membentuk kepuasan pelanggan dan akan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula persepsi kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Kualitas layanan yang diberikan berinteraksi langsung terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebagaimana baiknya perusahaan harus mampu untuk memberikan semua layanan yang baik agar berdampak baik juga untuk apa yang diterima oleh pelanggan (Chou, Lu, dan Chang, 2014) Namun, jika kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan rendah, maka semakin rendah pula kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap perusahaan. Dimiyati (2011) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heri Setiawan dan A.Jalaluddin Sayuti(2017) menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga dengan Kepuasan pelanggan

Harga merupakan aspek yang sangat penting bagi pelanggan karena akan menjadi pedoman untuk mengukur kesesuaian antara keuntungan produk yang diterima dengan pengorbanan yang telah diberikan baik berupa aspek moneter maupun non moneter. Daryanto dan Setyobudi (2014: 52) menjelaskan bahwa bagi pelanggan yang sensitif, harga yang rendah merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan nilai uang. Semakin rendah harga yang ditetapkan dan semakin rendah biaya yang dibebankan perusahaan kepada pelanggan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi dan begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Fernandes (2017), Yulianto et al (2016) dan Khakim et al (2014) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan unsur yang penting bagi setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sisca Arianii , Muhammad Riza Firdaus, dan Hairudinor (2019) menunjukkan bahwa Harga positif dan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan akan membangun persepsi konsumen. Zeithaml (1988) menjelaskan bahwa konsumen Persepsi layanan yang mereka terima dipengaruhi oleh pengiriman layanan (pertemuan layanan) dan

bukti layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Cara memberikan pelayanan dan bukti pelayanan yang baik akan membangun kepercayaan dan kepercayaan pelanggan menciptakan persepsi positif terhadap suatu perusahaan. Hasil penelitian Kundu dan Datta (2015) juga telah membuktikan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan dilakukan oleh secara langsung. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Fatima dan Razzaque (2014) yang membuktikan bahwa kepercayaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan. Fatima dan Razzaque (2014) menyarankan kepada manajer yang bersedia membangun hubungan dengan pelanggan yang puas dengan harus fokus pada kepercayaan

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heri Setiawan, dan A. Jalaluddin Sayuti (2017) menunjukkan bahwa Kepercayaan pelanggan memiliki nilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas layanan dengan Loyalitas pelanggan

Loyalitas konsumen tergantung pada tingkat kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dan mereka percaya bahwa ada hal positif hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi loyalitas yang diberikan oleh konsumen konsumen bagi perusahaan. tan et al.(2013) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan kepada perusahaan didorong oleh interaksi berbagai

faktor yang dimulai dengan persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan berdasarkan pengalaman pertama. Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1996) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Makanyeza dan Chikazhe (2017) : 548) yang menyatakan: bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan memiliki efek yang positif secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Wahyu dan Ramadhani (2018) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Lubukpakam.

Pengaruh Harga dengan Loyalits pelanggan

Swastha dan Handoko dalam Riyadi (2004: 83) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu yang utama hal-hal yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk atau jasa. Di sebaliknya, bagi pelanggan yang sensitif dengan masalah harga, jika harga yang dikenakan tidak sesuai dengan kualitas produk atau layanan yang mereka terima, maka loyalitas mereka terhadap produk atau layanan akan menurun. Harga adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan industri (Oka A. Yoeti, 2016).

Angipora (2002) mendefinisikan bahwa harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan menurut Chandra (2012) mendefinisikan bahwa harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilities/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohamad Dimiyati dan N. Ari Subagio (2016) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.

Pengaruh kepercayaan dengan loyalitas pelanggan

Robinette (2001: 13) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan. Kepercayaan muncul dari proses yang panjang hingga kedua belah pihak saling percaya. Jika kepercayaan telah terjalin antara pelanggan dan perusahaan, bisnis akan berjalan lebih mudah untuk dikembangkan; hubungan perusahaan dan pelanggan tercermin dari tingkat kepercayaan (trust) pelanggan. Hasil penelitian oleh Plasmeijer dan Raaij (2017), Fauzi dan Suryani (2019), dan Bonlertvanich (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Plasmeijer dan Raaij (2017) membuktikan bahwa kepercayaan adalah prediktor kuat kesetiaan. Hasil penelitian tersebut juga diperkuat oleh hasil penelitian Fauzi dan Suryani

yang menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan akan meningkat lebih signifikan jika perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggannya terlebih dahulu.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Wahyu dan Ramadhani (2018) menunjukkan bahwa Kepercayaan sebagian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengiriman paket Konsumenjasa PT. Pos Indonesia (Persero) Lubukpakam.

Pengaruh kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan

Gaffar (2007: 72) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan adalah ukuran kesenjangan antara pelanggan harapan dengan fakta bahwa mereka menerima atau mempersepsikan. Meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan sebaliknya. Dalam penelitian Sheng dan Liu (2010) membuktikan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Shafei dan Tabaa (2016) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohamad Dimiyati dan N. Ari Subagio (2016) menunjukan bahwa kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pos Ekspres di Jawa Timur.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kualitas Layanan akan mempengaruhi Kepuasan Konsumen, di mana apabila konsumen merasa puas maka image mereka terhadap layanan yang diberikan perusahaan akan positif dan juga akan meningkatkan Loyalias Konsumen. Menurut Johnson dkk., (2001:231) mengatakan bahwa data rata-rata kepuasan pelanggan yang berupa harapan sebelum pembelian itu dikumpulkan dari pengalaman setelah melakukan pembelian, atau dengan kata lain adalah mengukur kepuasan. Sesuai dengan pendapat Johnson, et al (2001) dalam exit-voice theory mengatakan bahwa konsekuensi dari meningkatnya Kepuasan Konsumen adalah berkurangnya komplain Konsumen dan meningkatnya loyalitas. Dan menurut Menurut Liu (2005) terdapat hubungan yang signifikan antara Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Layanan (Service Quality) di setiap tingkat pemisahan dari indikasi selanjutnya bahwa masing-masing sub divisi yaitu mengambil pengertian sebagai aspek penting dari kualitas pelayanan.

Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Penetapan harga dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat, hal ini terlihat dari salah satu pertimbangan utama yang mempengaruhi pelanggan bersedia membeli jasa tertentu adalah harga. Tingginya harga merupakan faktor penyebab ketidakpuasan pelanggan,

sehingga pelanggan enggan untuk membeli jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kotler dan Gery Armstrong (2005) mengatakan bahwa pada dasarnya, pelanggan dalam menilai harga suatu produk tidak tergantung hanya dari nilai nominal harga saja, namun dari persepsi mereka pada harga. Selanjutnya, Bolton et al. (2003) mengemukakan bahwa pelanggan membentuk suatu persepsi dimana biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa bisa diterima dengan pembelian harga yang wajar sehingga kenormalan harga dapat membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa cocok dengan harga yang dibayarkan atas jasa yang mereka beli, maka pelanggan otomatis akan loyal untuk membeli ulang di tempat tersebut.

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kepercayaan akan membangun persepsi konsumen. Zeithaml (1988) menjelaskan bahwa persepsi konsumen terhadap jasa yang mereka terima dipengaruhi oleh penyampaian jasa (services ounces) dan bukti jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Cara penyampaian pelayanan dan bukti pelayanan yang baik akan membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan. Jika tingkat kepercayaan pelanggan tinggi maka hubungan perusahaan dengan pelanggan akan kuat. Loyalitas diukur dari mulai munculnya preferensi konsumen hingga munculnya kepercayaan terhadap produk atau jasa terhadap kinerjanya. Riyadi (1999:58) menjelaskan bahwa loyalitas akan

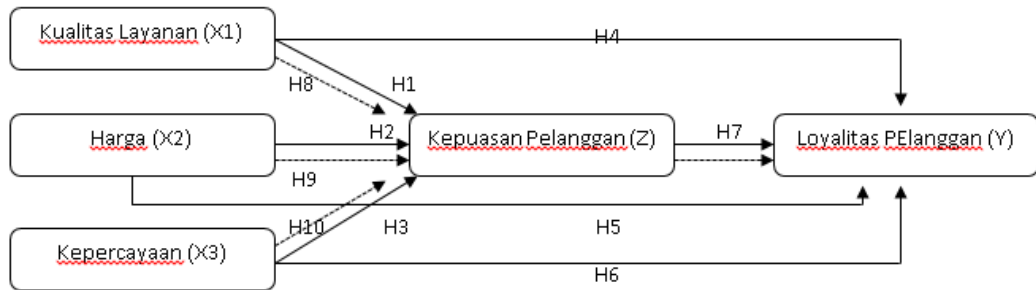
terjadi bila ada kepercayaan konsumen terhadap produk sehingga terjadi komunikasi antar konsumen yaitu membicarakan produk. Artinya, konsumen yang sudah menyukai suatu produk atau jasa pada suatu perusahaan akan memiliki kepercayaan terhadap produk atau jasa tersebut.

Hal ini senada dengan hasil penelitian Fasochah dan Harnoto (2013), Osman dan Sentosa (2013), dan penelitian Laely (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari kualitas layanan, Harga dan kepercayaan pelanggan. Variabel-variabel tersebut ditempatkan sebagai variabel independen karena variabel tersebut adalah variabel yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan adalah variabel mediasi, hal ini didasarkan bahwa loyalitas pelanggan akan terbentuk setelah mereka puas terhadap layanan JNE. Selanjutnya terdapat variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Dengan demikian dapat dimaknai bahwa kualitas layanan, harga dan kepercayaan yang baik pada sebuah layanan akan memengaruhi kepuasan dalam diri pengguna sehingga timbul loyalitas dalam diri pengguna. Berdasarkan argumen tersebut maka kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis

Berdasarkan hubungan antara tinjauan pustaka terhadap rumusan masalah maka hipotesis atau dugaan sementara dari permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan .
- H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H3 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H4 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H5 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

- H6 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H7 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H8 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.
- H9 : Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.
- H10 : Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

BAB III

Metode Penelitian

Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah keseluruhan proses penelitian dari proses pengumpulan sampai ke proses analisis data ,termasuk metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif untuk menentukan kualitas layanan, harga, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Menurut Sugiyono (2013), metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat-tempat alamiah (non-buatan) tertentu, namun dalam pengumpulan data tetap dilakukan pengolahan. Teknik dalam metode survei ini menggunakan teknik kuesioner. Penelitian ini termasuk sebagai penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010). Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan, Harga dan Kepercayaan sebagai variabel bebas, Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi dan Loyaltis Pelanggan sebagai variabel terikat. Pengamatan ini dilakukan pada pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE.

2. Obyek dan Waktu Penelitian

Obyek penelitian ini adalah jasa layanan JNE yang dilakukan di daerah Klaten dengan estimasi waktu pengerjaan sebagai berikut.

Tabel 3.1

Skedul Waktu Pelaksanaan Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Tahun 2020			
		Oktober	November	Desember	Januari
1.	Menentukan topic dan tema penelitian				
2.	Mencari data ,observasi dan menyusun proposal				
3.	Revisi laporan				
4.	Pengolahan dan analisis data				
5.	Penyusunan hasil penelitian				
6.	Pemeriksaan hasil penelitian				

Populasi

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan jasa pengiriman JNE di Klaten.

Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang pernah menggunakan layanan jasa pengiriman JNE di Klaten.

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya setiap sampel yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu. Teknik ini dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria yang

digunakan dapat berdasarkan pertimbangan tertentu atau jatah kuota tertentu (Jogianto H., 2010). Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang pernah menggunakan layanan jasa pengiriman JNE di Klaten dan berusia 17 tahun keatas agar jawaban dari responden dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Hair et al. (2014) dengan menggunakan *SEM* memungkinkan dilakukannya analisis terhadap serangkaian hubungan secara simultan sehingga memberikan efisiensi secara statistik. Menurut Hair et al.(2014), beberapa pedoman penentuan besarnya ukuran sampel untuk *SEM* diberikan sebagai berikut:

- a. Bila pendugaan parameter menggunakan metode kemungkinan maksimum (*maximum likelihood estimation*) besar sampel yang disarankan adalah antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50.
- b. Sebanyak 5 hingga 10 kali jumlah parameter yang ada di dalam model.
- c. Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah variabel manifest(indikator) dari keseluruhan variabel laten.

Pada penelitian ini melibatkan 20 indikator, sehingga merujuk pada aturan ketiga diperlukan ukuran sampel minimal 10x20atau sebesar 200 responden.

Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013), sumber primer adalah sumber data yang

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan data primer adalah data mengenai variabel-variabel penelitian yang didapat langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden dan diolah sendiri oleh peneliti. Data penelitian primer ini seputar kualitas layanan, harga, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada pengguna jasa pengiriman JNE.

Prosedur Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2013), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melalui jawaban responden dengan memberikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Metode pengambilan data penelitian ini adalah dengan memberikan kuisisioner dalam bentuk *link Google Form* kepada pengguna jasa layanan pengiriman JNE. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner tersebut berkaitan dengan kualitas layanan, harga, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Klasifikasi Variabel Penelitian

Variabel menurut Sugiyono (2013) merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang nantinya akan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yang dibahas yaitu variabel bebas, variabel terikat dan variabel mediasi.

Variabel bebas menurut Sugiyono (2013) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini juga sering disebut sebagai

variabel *stimulus*, *predictor* juga *antecedent*. Dalam penelitian ini variabel yang berperan sebagai variabel bebas adalah kualitas layanan, harga dan kepercayaan.

Menurut Sugiyono (2013), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini juga sering disebut sebagai variabel output, kriteria ataupun konsekuen. Dalam penelitian ini variabel yang berperan menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan.

Variabel mediasi (*intervening*) menurut Sugiyono (2013) merupakan Variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi hubungan tidak langsung, tidak dapat diamati ataupun diukur. Variabel ini merupakan variabel perantara antara variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak berpengaruh secara langsung terhadap perubahan atau munculnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel yang berperan sebagai variabel mediasi adalah kepuasan pelanggan.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Definisi operasional variabel dibutuhkan dalam penelitian ini guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Selain itu, definisi

operasional variabel juga berguna untuk melihat skala yang akan digunakan untuk mengukur tiap-tiap variabel, sehingga pengujian dapat dilakukan dengan tepat.

Tabel 3.2
Defisini Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<p>Variabel Bebas 1 (Kualitas Layanan)</p> <p>Kualitas Layanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang di tawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Armstrong ,2017)</p>	<p>Tjiptono(2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan:</p> <p><i>Reliability</i> (keandalan) <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) <i>Assurance</i> (jaminan) <i>Emphaty</i> (perhatian) <i>Tangibles</i> (bukti fisik)</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>
<p>Variabel Bebas 2 (Harga)</p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010).</p>	<p>Adapun indikator Harga pada penelitian ini mengacu pada Akbar (2011) yang meliputi:</p> <p>Harga terjangkau Harga bersaing Sesuai dengan kualitas Sesuai dengan manfaat</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>
<p>Variabel Bebas 3 (Kepercayaan)</p> <p>kepercayaan diartikan sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen dan Minor, 2012).</p>	<p>Adapun indikator kepercayaan pada penelitian ini mengacu pada Kennedy (2009:74) yang meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Perusahaan dapat dipercaya karena sangat memperhatikan pelanggan yang keluar. 2) Perusahaan dapat dipercaya karena memperhatikan kepentingan pelanggan. 3) Perusahaan tidak akan membohongi pelanggan walaupun menguntungkan perusahaan. 4) Perusahaan memiliki standar 	<p>Skala <i>Likert</i></p>

	kejujuran dan moralitas.	
<p>Variabel Mediasi (Kepuasan Pelanggan)</p> <p>Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan (Kotler dan Armstrong, 2015).</p>	<p>Adapun menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) indikator <i>e-customer satisfaction</i> adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan 2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis 3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan 	Skala Likert
<p>Variabel Terikat (Loyalitas Pelanggan)</p> <p>loyalitas konsumen merupakan komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau merepatronisasi produk atau layanan yang disukai secara konsisten di masa depan, menyebabkan merek yang sama berulang, atau pembelian set merek yang sama, terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran (Oliver, 1999)</p>	<p>Mengacu kepada Tjiptono (2012) indikator <i>Loyalitas Pelanggan</i> dapat disimpulkan menjadi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian adalah konsisten. Konsumen membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan. 2. Merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Komunikasi konsumen dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk untuk orang lain 3. Konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing. Konsumen tidak tertarik dengan hal serupa lainnya produk dari perusahaan <p>Melakukan pembelian di luar lini produk / jasa</p>	Skala Likert

Skala Pengukuran Variabel

Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk menguji seberapa kuat responden dalam mengungkapkan persetujuan mengenai suatu pernyataan dalam skala lima poin yang memiliki *anchor point* sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skor Skala Likert

No.	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Skala *likert* memungkinkan kita untuk membedakan konsumen berdasarkan perbedaan sikap mereka terhadap suatu pernyataan, setiap responden diberi nomor untuk menunjukkan pernyataan sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Setelah mengetahui hasil skor skala *likert* tersebut kemudian dicari nilai rata-ratanya, dikelompokkan ke dalam kategori interval dengan jumlah kategorinya adalah 5 kelas, sehingga intervalnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{banyaknya kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{Interval} = 0.8$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka kategori masing-masing *interval* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Variabel

<i>Interval</i>	Kategori
1.00 s/d 1.80	Sangat Rendah
1.81 s/d 2.61	Rendah
2.62 s/d 3.42	Sedang
3.43 s/d 4.22	Tinggi
4.23 s/d 5.00	Sangat Tinggi

Uji Instrumen

Dalam uji instrumen penelitian ini dilakukan dua tes yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas yang dilakukan adalah uji validitas isi (*content validity*) yang menurut Sekaran (2016) uji yang memastikan bahwa ukuran yang digunakan mencakup serangkaian item yang memadai dan representatif terhadap konsep tersebut. Semakin banyak item skala mewakili domain atau semesta konsep yang diukur, semakin besar validitas konten. Dengan kata lain, validitas konten adalah fungsi dari seberapa baik dimensi dan elemen konsep telah digambarkan. Menurut Ghazali, 2012, Kuesioner dikatakan *valid* apabila pertanyaannya mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut pendapat Singarimbun dan Efendi, 1995, mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah 30 responden. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa pengujian, yaitu:

a. *Convergent Validity*

Nilai efektivitas konvergensi (*convergent validity*) adalah nilai *outer loading* variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0,7. Namun menurut

penelitian Ghozali, 2015, pada tahap awal pengembangan timbangan ukur, nilai beban 0,5-0,6 dirasa sudah cukup. Dalam studi ini, batas faktor beban 0,7 akan digunakan.

Tabel 3.5

Outer Loading 30 Responden

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (KL)	KL 1	0,720	Valid
	KL 2	0,828	Valid
	KL 3	0,883	Valid
	KL 4	0,831	Valid
	KL 5	0,834	Valid
Harga (H)	H 1	0,848	Valid
	H 2	0,829	Valid
	H 3	0,837	Valid
	H 4	0,866	Valid
Kepercayaan (K)	K 1	0,740	Valid
	K 2	0,807	Valid
	K 3	0,761	Valid
	K 4	0,862	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP 1	0,779	Valid
	KP 2	0,868	Valid
	KP 3	0,770	Valid
Loyalitas Pelanggan (LP)	LP 1	0,889	Valid
	LP 2	0,874	Valid
	LP 3	0,906	Valid
	LP 4	0,901	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui dari data 30 responden di atas menunjukkan masing-masing indikator variabel memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Menurut Chin yang dikutip oleh Imam Ghozali, mengatakan bahwa nilai

outer loading antara $> 0,7$ sudah dianggap sangat baik untuk memenuhi syarat *convergent validity*.

b. *Discriminant Validity*

Nilai *discriminant validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai diskriminan yang memadai yang dapat diketahui dengan membandingkan nilai *loading* pada variabel yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* variabel lainnya.

Tabel 3.6

Cross Loading 30 Responden

	Harga	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
H1	0,848	0,421	0,674	0,646	0,642
H2	0,829	0,499	0,604	0,571	0,655
H3	0,837	0,659	0,710	0,630	0,624
H4	0,866	0,732	0,716	0,764	0,670
K1	0,537	0,740	0,557	0,523	0,433
K2	0,684	0,807	0,489	0,447	0,540
K3	0,418	0,761	0,474	0,431	0,461
K4	0,538	0,862	0,595	0,525	0,572
KL1	0,565	0,464	0,696	0,720	0,456
KL2	0,757	0,481	0,761	0,828	0,588
KL3	0,612	0,520	0,815	0,883	0,723
KL4	0,701	0,581	0,819	0,831	0,715
KL5	0,543	0,440	0,740	0,834	0,628
KP1	0,690	0,547	0,779	0,684	0,494
KP2	0,786	0,547	0,868	0,824	0,870
KP3	0,432	0,534	0,770	0,747	0,526

LP1	0,750	0,615	0,691	0,671	0,889
LP2	0,729	0,640	0,781	0,771	0,874
LP3	0,688	0,484	0,747	0,690	0,906
LP4	0,543	0,512	0,648	0,582	0,901

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3.6 diatas semua indikator yang melalui uji *Cross loadings (Discriminant Validity)* adalah valid karena sudah melebihi 0,7 dan lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan variabel yang lain.

c. Average Variance Extracted (AVE)

Untuk mengetahui validitas, dapat pula melakukan uji dengan metode lain, yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted (AVE)*. Menurut Hussein, 2015, nilai *AVE* yang diharapkan adalah > 0.5 .

Tabel 3.7

Average Variance Extracted (AVE) 30 Responden

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Kriteria	Keterangan
Harga	0,714	>0.5	Valid
Kepercayaan	0,630	>0.5	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,651	>0.5	Valid
Kualitas Layanan	0,674	>0.5	Valid
Loyalitas Pelanggan	0,797	>0.5	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji 30 responden yang ditunjukkan oleh Tabel

3.7, mempunyai nilai $AVE > 0,5$, untuk itu semua variabel laten dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:47), uji reliabilitas dikatakan untuk suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.. Dengan kata lain, reliabilitas alat ukur merupakan indikasi dari stabilitas dan konsistensi konsep alat ukur, dan membantu untuk menilai “mutu” alat ukur. Pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* (α).

a. *Composite Reliability*

Menurut Ghazali, 2014, variabel dikatakan memenuhi syarat *composite reliability* ketika memiliki nilai *composite reliability* > 0.6 .

Tabel 3.8

Composite Reliability 30 Responden

	<i>Composite Reliability</i>	Kriteria	Keterangan
Harga	0,909	$>0,6$	Reliabel
Kepercayaan	0,872	$>0,6$	Reliabel

Kepuasan Pelanggan	0,848	>0,6	Reliabel
Kualitas Layanan	0,911	>0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,940	>0,6	Reliabel

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji 30 responden yang ditunjukkan oleh Tabel 3.8, mempunyai nilai *AVE* > 0,5, untuk itu semua variabel laten dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. *Cronbach Alpha*

Menurut Nunnally, 1994, dalam Peterson, 1994, suatu variabel dikatakan *reliable* apabila memberikan nilai *alpha* (α) > 0.7.

Tabel 3.9

Cronbach's Alpha 30 Responden

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Kriteria</i>	<i>Keterangan</i>
Kualitas layanan	0,866	> 0.7	Reliabel
Harga	0,803	> 0.7	Reliabel
Kepercayaan	0,734	> 0.7	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,878	> 0.7	Reliabel
Loyalitas pelanggan	0,915	> 0.7	Reliabel

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas 30 responden pada table

3.9, diketahui bahwa nilai *cronbach's Alpha* $> 0,7$, untuk itu semua variabel laten dikatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian dan analisis lanjut.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan *Partial Least Square (PLS)* menggunakan program *software smart PLS 3.2.8.60*

Analisis Deskriptif

Teknik analisis data deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sekaran dan Bougie, 2016). Sesuai dengan namanya, deskriptif hanya akan mendeskripsikan keadaan suatu gejala yang telah direkam melalui alat ukur kemudian diolah sesuai dengan fungsinya.

Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa analisis deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil data berdasarkan jawaban-jawaban yang didapatkan dari responden. Analisis ini digunakan untuk lebih menjelaskan karakteristik responden. Dengan demikian hasil olahan data dengan statistik ini hanya sampai pada tahap deskriptif, belum sampai pada tahap generalisasi. Dengan kata lain, analisis deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas mengorganisasikan dan menganalisa data angka, agar dapat

memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas. Mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.

Analisis Kuantitatif

Metode analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*. Menurut Ghozali (2015) *PLS* merupakan salah satu teknik *Structural Equation Modeling (SEM)* yang mampu menganalisis variabel laten, variabel indikator, dan kesalahan pengukuran secara langsung. Pada analisis jalur dalam *Structural Equation Modeling* dengan *Partial Least Square (SEM-PLS)* terdapat tiga model yaitu, *inner model* yang menunjukkan hubungan antar variabel laten, *outer model* yang menunjukkan hubungan antara variabel *manifest* dengan variabel latennya dan *weigh relation* yang menunjukkan nilai estimasi variabel laten. Tahap-tahap yang dilakukan dalam penggunaan model evaluasi *PLS* menurut Ghozali, (2015), adalah sebagai berikut:

a. Model Pengukuran atau *Outer Model*

Indicator yang terentuk dari variabel laten merupakan model indikator reflektif yang merupakan indicator yang menempatkan bahwa ketika terjadi perubahan pada variabel laten maka akan mempengaruhi perubahan indicator pula. Pada *outer model* dilakukan uji indikator, dimana indikator reflektif akan dievaluasi melalui *convergent validity*, *discriminant validity*,

composite reliability, *AVE* dan *Cronbach alpha*. Hal ini dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model.

b. Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model ini merupakan uji pengaruh atau uji hipotesis yang bertujuan untuk memprediksi hubungan antarvariabel laten. Pengevaluasian *inner model* dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

1) *Coefficient Determination (R-squares)*

Menurut Hussein, 2015, *Coefficient determination* digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel terikat dipengaruhi variabel yang lain. Hasil R^2 sebesar > 0.67 pada variabel terikat dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan variabel mediasi dalam kategori baik. ketika hasil R^2 sebesar $0.33 - 0.67$ maka termasuk dalam kategori sedang dan ketika hasil R^2 sebesar $0.19 - 0.33$ maka termasuk dalam kategori lemah.

2) *Predictive Relevance (Q-square)*

Menurut Hussein, 2015, nilai *Q-Square* sebagai *Goodness of fit (GoF)* memiliki makna yang sama dengan *R-Squares* pada analisis regresi, dimana semakin besar *Q-Square* maka semakin baik model atau semakin *fit* dengan sata. Nilai $Q-Square > 0$ (nol) menunjukkan nilai-nilai yang diobservasi telah direkonstruksi dengan baik dan mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan *Q-*

$Q\text{-Square} < 0$ (nol) menunjukkan tidak terdapat relevansi prediktif pada rekonstruksi nilai-nilai yang diobservasi. Perhitungan nilai $Q\text{-Square}$ adalah sebagai berikut:

$$Q\text{-Square} = 1 - [(1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)]$$

3) *P-value*

Menurut Hussein, 2015, *P-value* merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model structural haruslah signifikan, yang dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*. Nilai *inner model* yang ditunjukkan oleh $P\text{-value} < 0.05$ (tingkat signifikansi 5%).

c. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan melibatkan nilai probabilitas dan t hitung antar variabel. Menurut Hussein, 2015, nilai *p-value* dengan *alpha* (α) sebesar 5% adalah < 0.05 . Nilai t-tabel untuk *alpha* (α) sebesar 5% adalah 1.960, sehingga kriteria penerimaan hipotesa adalah ketika t-hitung $>$ t-tabel. Pengujian hipotesis dilakukan untuk memperoleh hubungan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan variabel mediasi sebagai berikut:

H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t-hitung $>$ t-tabel (1.960) dan nilai $p\text{-value} < 0.5$. Artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

H4: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

H5: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

H6: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

H7:Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

H8:Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

H9:Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

H10:Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hipotesis diterima apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel (1.960) dan nilai p -value $<$ 0.5. Artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

BAB IV

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas layanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variable mediasi (Studi pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten) mendapat 202 responden yang menjawab dengan baik dan benar dalam penyebaran kuesioner. Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis karakteristik responden dan analisis deskriptif.

Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan karakteristik responden seperti jenis kelamin, umur, jenjang pendidikan, dan pendapatan. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas kuesioner yang diberikan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase	Jumlah
Perempuan	52,97%	107
Laki-laki	47,03%	95
Total	100%	202

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 107 responden merupakan perempuan dan memiliki persentase sebesar 52,97% sedangkan sisanya sebanyak 95 responden merupakan laki-laki dengan persentase sebesar 47,03%

b. Umur

Tabel 4.2

Umur

Umur	Persentase	Jumlah
18-25 tahun	70,79%	143
26-35 tahun	22,77%	46
36-45 tahun	5,94%	12
>45 tahun	0,5%	1
Total	100%	202

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan responden terbanyak berada di umur 18-25 tahun yaitu sebesar 70,79%. Sedangkan di umur 26-35 sebesar 22,77%, di umur 36-45 sebesar 5,94% dan sisanya sebesar 0,5% berasal dari umur >45 tahun.

c. Pekerjaan

Table 4.3
Pekerjaan

Pekerjaan	Persentase	Jumlah
a. Mahasiswa/Pelajar	54,45%	110
b. Wiraswasta	28,71%	58
c. PNS	11,39%	23
d. Pedagang	0,5%	1
e. Pegawai Swasta	2,95%	6
f. Trader	0,5%	1
g. Freelance	0,5%	1
h. Buruh	0,5%	1
i. Perangkat desa	0,5%	1
Total	100%	202

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan responden terbanyak berada pekerjaan Mahasiswa/Pelajar yaitu sebesar 54,45%. Wiraswasta sebesar 28,71% , PNS sebesar 11,39%, Pegawai swasta sebesar 2,95%, dan sisanya Pedagang, *Freelance*, *Trader*, Buruh serta Perangkat Desa masing-masing sebesar 0,5%.

d. Pendapatan

Table 4.4
Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Persentase	Jumlah
≤ Rp 1 juta	46,04%	93
Rp 1 juta – Rp 5 juta	50,99%	103
Rp 5 juta - Rp 10 juta	2,97%	6
>10 juta		-
Total	100%	202

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden terbanyak ada di responden dengan pendapatan kurang dari Rp

1.000.000,00 yaitu sebesar 46,04%, responden dengan pendapatan Rp 1.000.000,00 sampai dengan Rp 5.000.000,00 juga memiliki persentase yang besar yaitu sebesar 50,99%, sisanya responden dengan pendapatan Rp 5.000.000,00 sampai dengan Rp 10.000.000,00 juga memiliki presentase 2,97%.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskripsi variabel digunakan untuk menganalisis hasil jawaban dari responden secara deskriptif untuk mengetahui persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti yaitu Kualitas layanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Deskripsi tersebut diperoleh dari rata-rata nilai yang diisi oleh responden. Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Kategorisasi Variabel

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,80	Sangat Rendah
1,81 s/d 2,61	Rendah
2,62 s/d 3,42	Sedang
3,43 s/d 4,22	Tinggi
4,23 s/d 5,00	Sangat Tinggi

a. Kualitas Layanan

Tabel 4.6

Kualitas Layanan

Pernyataan	Mean	Kategori
Menurut saya JNE memberikan ketepatan dalam pengiriman ekspedisi.	3,61	Tinggi
Menurut saya JNE cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan pelanggan.	3,56	Tinggi
Menurut saya JNE memberikan pelayanan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.	3,64	Tinggi
Menurut saya JNE memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.	3,54	Tinggi
Menurut saya JNE memiliki penataan tempat yang baik.	3,79	Tinggi
Rata-rata Variabel	3,63	Tinggi

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dari 202 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai kualitas layanan tinggi (*Mean 3,63*). Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden merasa kualitas layanan sangat membantu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Harga

Tabel 4.7

Harga

Pernyataan	Mean	Kategori
Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman yang terjangkau.	3,75	Tinggi
Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman yang dapat bersaing dengan ekspedisi pengiriman lainnya.	3,86	Tinggi
Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman yang sesuai dengan kualitas yang diberikan.	3,67	Tinggi
Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman sesuai dengan manfaat yang saya terima.	3,72	Tinggi
Rata-rata Variabel	3,75	Tinggi

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dari 202 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai Harga tinggi (*Mean* 3,75). Hal ini menyatakan bahwa responden dalam menggunakan layanan JNE sudah sesuai bagi masyarakat pengguna.

c. Kepercayaan

Tabel 4.8
Kepercayaan

Pernyataan	Mean	Kategori
Saya percaya bahwa JNE memenuhi tanggung jawab nya terhadap pelanggan.	3,84	Tinggi
Saya percaya bahwa JNE memperhatikan kepentingan pelanggan.	3,81	Tinggi
Saya percaya bahwa JNE memberikan yang terbaik kepada pelanggannya.	3,71	Tinggi
Saya percaya bahwa JNE jujur dalam melakukan pekerjaannya.	3,81	Tinggi
Rata-rata Variabel	3,79	Tinggi

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan table 4.8 di atas dari 202 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai kepercayaan tinggi (*Mean* 3,79). Dapat disimpulkan responden dalam menggunakan layanan JNE di Klaten mempunyai kepercayaan yang tinggi untuk loyal menggunakannya.

d. Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.9
Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Mean	Kategori
Saya merasa puas dengan layanan JNE karena sesuai dengan apa yang saya harapkan.	3,48	Tinggi
Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan JNE dibandingkan dengan ekspedisi pengiriman lainnya.	3,36	Sedang

Saya belum pernah melakukan komplain terhadap pelayanan JNE.	3,67	Tinggi
Rata-rata Variabel	3,50	Tinggi

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dari 202 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai kepuasan pelanggan tinggi (*Mean* 3,50). Hal ini menyatakan bahwa responden dalam menggunakan layanan JNE di Klaten menunjukkan rasa puas dan loyal untuk menggunakannya.

e. Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.10

Loyalitas Pelanggan

Pernyataan	Mean	Kategori
Saya akan terus menggunakan layanan JNE di masa yang akan datang.	3,24	Sedang
Saya akan merekomendasikan layanan JNE kepada keluarga dan teman-teman saya.	3,36	Sedang
Saya tidak tertarik dengan layanan pengiriman selain JNE.	3,06	Sedang
Saya tidak menggunakan layanan ekspedisi pengiriman selain layanan JNE.	2,94	Sedang
Rata-rata Variabel	3,15	Sedang

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dari 202 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai

Loyalitas Pelanggan Sedang (*Mean* 3,15). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden cukup tertarik menggunakan layanan JNE dikemudian hari.

Analisis Kuantitatif

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode *SEM* berbasis *Partial Least Square (PLS)* memerlukan 2 tahap. Menurut Chin, 1998 (dalam Ghozali, 2015), pelaporan hasil analisis *PLS* menggunakan pendekatan dua langkah atau yang disebut juga dengan *two step approach*. Pertama difokuskan untuk hasil dari model pengukuran (*Outer model*) dan yang kedua difokuskan untuk hasil dari model struktural (*Inner Model*).

Outer Model (Model Pengukuran)

Outer Model memfokuskan untuk pengujian validitas dan reliabilitas dari setiap indikator pada variabel latennya. Indikator yang terbentuk dari hasil model pengukuran (*Outer Model*) adalah indikator reflektif. Indikator reflektif menempatkan bahwa perubahan pada variabel laten akan mempengaruhi perubahan indikator. Untuk *Outer Model (Measurement Model)* atau uji indikator setelah melalui uji *Convergent Validity*, *Diskriminant Validity*, *AVE* dan *Composite Reliability* dalam penelitian ini dinyatakan semua variabel laten dan indikator reflektif dari variabel laten adalah valid dan reliabel. Berikut *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui:

a. *Convergent Validity*

Nilai efektivitas konvergensi (*convergent validity*) adalah nilai *outer loading* variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0,7. Namun menurut penelitian Ghozali, 2015, pada tahap awal pengembangan timbangan ukur, nilai beban 0,5-0,6 dirasa sudah cukup. Dalam studi ini, batas faktor beban 0,7 akan digunakan.

Tabel 4.11

Outer Loading 202 Responden

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (KL)	KL 1	0,810	Valid
	KL 2	0,873	Valid
	KL 3	0,900	Valid
	KL 4	0,883	Valid
	KL 5	0,714	Valid
Harga (H)	H 1	0,783	Valid
	H 2	0,822	Valid
	H 3	0,823	Valid
	H 4	0,884	Valid
Kepercayaan (K)	K 1	0,856	Valid
	K 2	0,879	Valid
	K 3	0,882	Valid
	K 4	0,866	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP 1	0,912	Valid
	KP 2	0,898	Valid
	KP 3	0,808	Valid
Loyalitas Pelanggan (LP)	LP 1	0,875	Valid
	LP 2	0,887	Valid
	LP 3	0,878	Valid
	LP 4	0,878	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa masing masing indikator variable penelitian memiliki *outer loading* >0,7. Menurut Chin yang dikutip oleh Imam Ghozali, mengatakan bahwa nilai *outer loading* antara > 0,7 sudah dianggap sangat baik untuk memenuhi syarat *convergent validity*.

b. *Discriminant Validity*

Nilai *discriminant validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai diskriminan yang memadai yang dapat diketahui dengan membandingkan nilai *loading* pada variabel yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* variabel lainnya.

Tabel 4.12

Cross Loading 202 Responden

	Harga	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
H1	0,783	0,518	0,431	0,521	0,508
H2	0,822	0,560	0,488	0,554	0,521
H3	0,823	0,554	0,656	0,703	0,608
H4	0,884	0,666	0,729	0,776	0,717
K1	0,615	0,856	0,602	0,631	0,568
K2	0,615	0,879	0,544	0,621	0,591
K3	0,604	0,882	0,560	0,611	0,597
K4	0,601	0,866	0,596	0,589	0,602
KL1	0,630	0,601	0,760	0,810	0,623
KL2	0,727	0,590	0,669	0,873	0,668
KL3	0,692	0,614	0,689	0,900	0,680
KL4	0,657	0,599	0,636	0,883	0,671
KL5	0,596	0,547	0,469	0,714	0,558
KP1	0,632	0,587	0,912	0,700	0,677
KP2	0,684	0,620	0,898	0,725	0,800
KP3	0,550	0,521	0,808	0,604	0,579
LP1	0,656	0,590	0,731	0,685	0,875
LP2	0,696	0,658	0,762	0,730	0,887
LP3	0,592	0,554	0,677	0,645	0,878
LP4	0,588	0,570	0,599	0,619	0,878

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas semua indikator yang melalui uji *Cross loadings (Discriminant Validity)* adalah valid karena sudah melebihi 0,7 dan lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan variabel yang lain.

c. Composite Reliability

Menurut Ghozali, 2014, variabel dikatakan memenuhi syarat *composite reliability* ketika memiliki nilai *composite reliability* > 0.6.

Tabel 4.13

Composite Reliability 202 Responden

	<i>Composite Reliability</i>	Kriteria	Keterangan
Harga	0,897	>0,6	Reliabel
Kepercayaan	0,926	>0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,906	>0,6	Reliabel
Kualitas Layanan	0,922	>0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,932	>0,6	Reliabel

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas semua variabel laten mempunyai nilai *composite reliability* > 0,6. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

d. Average Variance Extracted (AVE)

Untuk mengetahui validitas, dapat pula melakukan uji dengan metode lain, yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE). Menurut Hussein, 2015, nilai AVE yang diharapkan adalah > 0.5 .

Tabel 4.14

Average Variance Extracted (AVE) 202 Responden

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Kriteria	Keterangan
Harga	0,687	>0.5	Valid
Kepercayaan	0,758	>0.5	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,764	>0.5	Valid
Kualitas Layanan	0,703	>0.5	Valid
Loyalitas Pelanggan	0,774	>0.5	Valid

Berdasarkan tabel 3.15 diatas semua variabel laten mempunyai nilai $AVE \geq 0,5$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki validitas yang baik.

e. Cronbach's Alpha

Menurut Nunnally, 1994, dalam Peterson, 1994, suatu variabel dikatakan *reliable* apabila memberikan nilai *alpha* (α) > 0.7 .

Tabel 4.15

Cronbach's Alpha 202 Responden

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Kriteria</i>	<i>Keterangan</i>
Harga	0,850	> 0.7	Reliabel

Kepercayaan	0,894	> 0.7	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,845	> 0.7	Reliabel
Kualitas Layanan	0,893	> 0.7	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,903	> 0.7	Reliabel

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan sajian data di atas pada Tabel 4.15, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian > 0,7. Dengan demikian, hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha* dan memiliki tingkat reliabel tinggi.

Inner Model (Model Struktural)

Tabel 4.16

Hasil Uji *Inner Model Struktural*

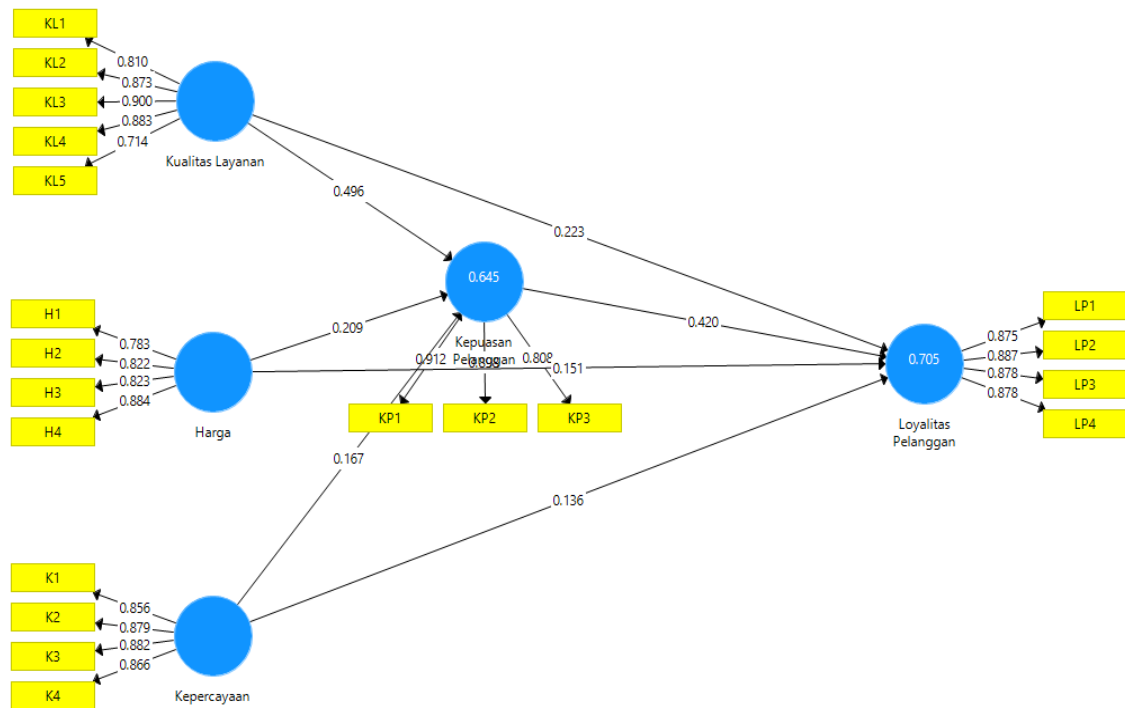
Pengujian	Hasil Uji
<u>Koefisien Determinasi (<i>Rsquare</i>)</u>	
Kepuasan Pelanggan	0,645
Loyalitas Pelanggan	0,705
<u>Q²predictive relevance</u>	
$Q^2 = 1 - (1 - (R1^2)(1 - R2^2))$ $= 1 - (1 - (0,645^2)(1 - 0,705^2))$ $= 1 - (1 - 0,416)(1 - 0,497)$ $= 1 - (0,584)(0,503)$ $= 0,29372482562$	29,37%

<i>Goodness of Fit (GoF)</i>	
$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$ $= \sqrt{0,728 \times 0,705^2}$ $= \sqrt{0,728 \times 0,497}$ $= 0,4240762234$	0,424

Sumber: data diolah, 2021

Analisis *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Pengujian dengan koefisien determinasi (R²), *Q2 predictive relevance Q2-Predictive Relevance*, dan *Goodness of Fit (GoF)*.

Gambar 4.1 Hasil Algorithm 202 Responden



Penafsiran :**a. Koefisien determinasi (R^2)**

R^2 Menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas layanan, Harga dan Kepercayaan sebesar 64,5% sisanya sebesar 35,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Sedangkan Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas layanan, Harga, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebesar 70,5%, sisanya 29,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model.

b. *Q-square predictive relevance* (Q^2)

Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebesar 29,37% artinya bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik dengan mempunyai relevansi prediktif.

c. *Goodness of Fit* (*GoF*)

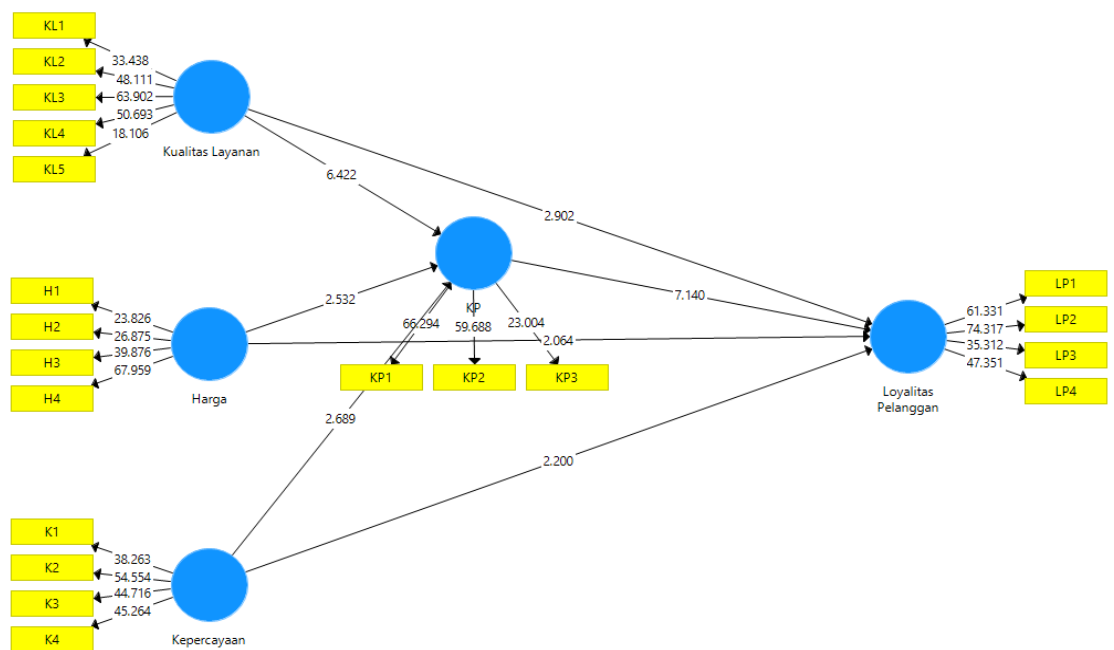
Goodness of Fit (*GoF*) digunakan untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan. Kriteria dalam menilai *Goodness of Fit* (*GoF*) yaitu 0,1 (*GoF* kecil), 0,25 (*GoF* medium), dan 0,36 (*GoF* besar) (Ghozali, 2015). Nilai *Goodness of Fit* (*GoF*) dalam penelitian ini adalah 0,424 yang berarti besar.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengamati nilai t hitung dan nilai signifikansi. Nilai t hitung yang direkomendasikan adalah ≥ 1.96 dan nilai signifikansi atau $p\text{-value} \leq 0.05$. Hasil uji hipotesis dapat dilihat dalam tabel 4.17 .

Gambar 4.2

Hasil *Boostrapping* 202 Responden



Tabel 4.17

Hasil *Bootstrapping* 202 Responden

Tabel 4.17

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	<i>Ket</i>
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,496	0,495	0,082	6,422	0,000	Diterima
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0,209	0,215	0,081	2,532	0,010	Diterima
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	0,167	0,164	0,066	2,686	0,011	Diterima
Kualitas Layanan -> Loyalitas Pelanggan	0,431	0,437	0,073	2,902	0,000	Diterima
Harga -> Loyalitas Pelanggan	0,151	0,145	0,075	2,064	0,044	Diterima
Kepercayaan -> Loyalitas Pelanggan	0,136	0,136	0,064	2,200	0,035	Diterima
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,420	0,419	0,065	7,140	0,000	Diterima

Hasil *Bootstrapping* 202 Responden

Sumber: data diolah, 2021

1. Hipotesis 1: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE, karena *T-statistic* $6,422 > 1,96$ dan *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Hipotesis 2: Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE karena *T-statistic* $2,532 > 1,96$ dan *P-value* sebesar $= 0,010 < 0,05$. Dengan demikian Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Hipotesis 3 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE karena *T-statistic* $2,686 > 1,96$ dan *P-value* sebesar $= 0,011 < 0,05$. Dengan demikian Kepercayaan berpengaruh

positif terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Hipotesis 4: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan JNE karena $T\text{-statistic } 2,902 > 1,96$ dan $P\text{-value}$ sebesar $= 0,000 < 0.05$. Dengan demikian Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Hipotesis 5: Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE karena $T\text{-statistic } 2,064 > 1,96$ dan $P\text{-value}$ sebesar $= 0,044 < 0.05$. Dengan demikian Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

6. Hipotesis 6: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE karena $T\text{-statistic } 2,200 > 1,96$ dan $P\text{-value}$ sebesar $=$

0,035 < 0.05. Dengan demikian Kepercayaan berpengaruh positif minat terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H₀ ditolak dan H_a diterima.

7. Hipotesis 7: Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE karena *T-statistic* 7,140 > 1,96 dan *P-value* sebesar = 0,000 < 0.05. Dengan demikian Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H₀ ditolak dan H_a diterima.

Efek Tidak Langsung

Efek tidak langsung dapat dilihat dalam tabel 4.18.

Tabel 4.18

Efek Tidak langsung

	<i>Specific Indirect Effects</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,208	4,705	0,000
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,070	2,278	0,023

Harga -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,088	2,304	0,022
-----------------------------------------------------------------	-------	-------	--------------

Sumber: data diolah, 2021

Pengaruh kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 2,08% signifikan. Pengaruh kepercayaan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 7,0% signifikan. Sedangkan pengaruh harga melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 8,8% signifikan.

8. Hipotesis 8 :Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE karena *T-statistic* $4,705 > 1,96$ dan *P-value* sebesar $= 0,000 < 0,05$.

Dengan demikian Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

9. Hipotesis 9 : Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui

Kepuasan Pelanggan JNE karena *T-statistic* $2,278 > 1,96$ dan *P-value* sebesar $= 0,023 < 0.05$. Dengan demikian Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

10. Hipotesis 10 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan tabel analisis jalur, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE karena *T-statistic* $2,304 > 1,96$ dan *P-value* sebesar $= 0,022 < 0.05$. Dengan demikian Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten. Hal ini menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

Hasil analisis pengujian hipotesis atau uji F menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan layanan JNE di Klaten. Artinya, ketika indikator dari Kualitas Layanan di tingkatkan maka Kepuasan Pelanggan untuk

menggunakan layanan JNE pun akan meningkat. Meningkatnya Kepuasan Pelanggan sejalan dengan peningkatan beberapa factor, salah satunya adalah kualitas layanan yang baik. Factor tersebut akan mempengaruhi pelanggan ketika mereka memutuskan untuk menggunakan layanan terhadap suatu produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adji Achmad Rinaldo Fernandes et al (2018) bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Heri Setiawan (2017) dimana dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Klaten.

Hasil statistic uji t untuk variable harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten. Sehingga apabila layanan JNE menerapkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan maka kepuasan untuk menggunakan layanan akan semakin tinggi dan ketika JNE memberikan penerapan harga yang tidak sesuai dengan layanan yang diberikan maka pelanggan juga enggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Peneitian ini menunjukkan bahwa layanan JNE di Klaten memiliki penerapan harga yang sesuai dan terjangkau yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Sisca Arianii et al (2019) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mohamad Dimiyati et al (2016) dimana menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik harga menurut pelanggan lebih terjangkau, sesuai dengan kualitas, dan lebih murah dari pada persaingan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan akan didapat.

3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

Hasil statistic uji t untuk variable kepercayaan menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan layanan JNE di Klaten. Sehingga apabila layanan JNE memiliki kepercayaan yang baik kepada pelanggan maka kepuasan untuk menggunakan produk layanan akan semakin tinggi dan ketika layanan JNE memberikan kepercayaan yang buruk bagi pelanggan maka pelanggan juga enggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan JNE di Klaten memiliki tingkat kepercayaan yang baik yang sangat mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Responden berpendapat bahwa kepercayaan yaitu bagaimana perusahaan dapat dipercaya karena memperhatikan kepentingan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan (2017) dimana menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan.

4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

Hasil statistik uji t untuk variable kualitas layanan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan layanan JNE di Klaten. Sehingga apabila JNE menciptakan kualitas layanan yang baik maka loyalitas untuk tetap menggunakan layanan akan semakin tinggi dan ketika JNE memberikan kualitas layanan yang buruk maka pelanggan juga enggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan JNE di Klaten memiliki kualitas layanan yang baik yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Responden berpendapat bahwa kualitas layanan yaitu *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (perhatian), *Tangibles* (bukti fisik) yang diberikan layanan JNE di Klaten berdasarkan indikator kualitas layanan menurut Tjiptono(2009) sudah baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan (2017) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

Hasil statistik uji t untuk variabel harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten. Sehingga apabila JNE memiliki harga yang terjangkau dan sesuai bagi pelanggan maka loyalitas untuk menggunakan produk layanan akan semakin tinggi dan ketika JNE memberikan harga yang tidak terjangkau dan tidak sesuai bagi pelanggan maka pelanggan juga enggan untuk menggunakan layanan tersebut. Swastha dan Handoko dalam Riyadi (2004:83) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu hal utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan JNE di Klaten memiliki tingkat harga yang terjangkau yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Responden berpendapat bahwa harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan layanan JNE di Klaten berdasarkan indikator persepsi harga menurut Kotler dan Armstrong (2008) sudah terjangkau. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh *Mohamad Dimiyati* (2016) yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

Hasil statistik uji t untuk variabel kepercayaan menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

Sehingga apabila layanan JNE menanamkan kepercayaan yang baik atau positif di benak pelanggan maka loyalitas untuk menggunakan produk layanan akan semakin tinggi dan ketika JNE memberikan kepercayaan yang buruk di benak pelanggan maka pelanggan juga enggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan JNE di Klaten memiliki kepercayaan yang sangat baik yang sangat mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Responden berpendapat bahwa bagaimana perusahaan dapat dipercaya karena memperhatikan pelanggan yang keluar, memperhatikan kepentingan pelanggan, tidak membohongi pelanggan dan juga memiliki standar kejujuran dan moralitas yang diciptakan layanan JNE di Klaten berdasarkan indikator kepercayaan menurut Kennedy (2009) sudah sangat baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sufrin HANNAN *et al* (2017) menyatakan kepercayaan yang kuat dan positif merupakan salah satu hal yang penting. Tanpa kepercayaan yang kuat dan positif, sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Kepercayaan yang tepat dari suatu produk tentunya akan sangat bermanfaat bagi pelanggan, karena kepercayaan akan mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap merek alternatif yang dihadapinya sehingga pelanggan lebih mudah dalam memutuskan sebuah loyalitas.

7. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.

Hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten. Sehingga apabila layanan JNE menciptakan kepuasan yang berkualitas baik maka loyalitas untuk menggunakan produk layanan akan semakin tinggi dan ketika JNE menciptakan kepuasan yang berkualitas buruk maka pelanggan juga enggan untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan JNE di Klaten memiliki kepuasan pelanggan yang baik yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan. Responden berpendapat bahwa kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara kualitas layanan dengan tingkat harapan, tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis dan tidak ada pengaduan atau complain yang dilayangkan pada layanan JNE di Klaten berdasarkan indikator kepuasan pelanggan menurut Riyasa (2007) sudah baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan (2017) dalam penelitiannya menyatakan kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

8. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di klaten.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas

layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten. Adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan arti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan JNE di Klaten maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap jasa ekspedisi JNE. Tujuan utama kualitas pelayanan adalah untuk membangun dan mempertahankan pelanggan yang komit yang menguntungkan bagi perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, melalui *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibility* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *reliability* (keandalan) kepada pelanggan akan menciptakan kepuasan pelanggan. Sehingga, merupakan hal yang penting bagi JNE untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaannya, sehingga mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap JNE Express. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Risnawati (2019) terhadap pelanggan (perusahaan pengguna) dari jasa ekspedisi di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hariani (2019) terhadap pelanggan pengguna jasa ekspedisi di PT. Pos Indonesia cabang Bekasi.

9. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten. Adanya pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, menunjukkan arti bahwa semakin baik harga yang ditawarkan kepada pelanggan oleh perusahaan JNE di Klaten, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap jasa ekspedisi JNE. Harga yang baik disini berarti bahwa harga jasa ditetapkan oleh JNE adalah sebanding dengan nilai manfaat yang diberikan kepada pelanggan. Sehingga, pelanggan tidak akan merasa dirugikan untuk membayar dengan harga yang ditentukan oleh JNE. Harga yang baik ini dapat diukur berdasarkan indikator pada harga, diantaranya adalah keterjangkauan tarif, kesesuaian tarif dengan kualitas produk, daya saing tarif, dan kesesuaian tarif dengan manfaat. Pelanggan merasa cocok dengan harga yang dibayarkan atas keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing tarif, dan kesesuaian tarif dengan manfaat jasa yang mereka beli. Pelanggan membentuk suatu persepsi dimana biaya yang dikeluarkan untuk suatu jasa bisa diterima dengan pembelian tarif yang wajar sehingga kenormalan harga dapat membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penetapan harga

yang baik dan sesuai menjadi hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan JNE sehingga sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan. Dimana hal tersebut mampu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan terhadap JNE.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Risnawati (2019) terhadap Pelanggan (perusahaan pengguna) dari jasa ekspedisi di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hariani (2019) terhadap pelanggan pengguna jasa ekspedisi di PT. Pos Indonesia cabang Bekasi. Dimana kedua penelitian tersebut memiliki hasil yang menyatakan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

10. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

Ketika seseorang mempercayai orang lain dalam hubungan interpersonal, dia akan mengandalkan dirinya sendiri pada pihak lain dan selanjutnya akan membawa niatnya untuk mempertahankan hubungan yang direpresentasikan dalam bentuk loyalitas pembelian. Hasilnya konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Upamannyu et al., (2015) yang menjelaskan ada hubungan sebab akibat yang kuat

antara kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sarwar et al., (2012) dalam studi mereka tentang Operator Layanan Seluler dalam konteks Pakistan juga mengungkapkan Loyalitas Pelanggan sangat dipengaruhi oleh Kepercayaan Pelanggan di perusahaan seluler Pakistan karena Perusahaan seluler Pakistan mencoba memberikan tingkat layanan yang telah mereka nyatakan. Sarwar dkk., (2012) dinyatakan ketika organisasi memberikan dan memenuhi nilai-nilai inti dan janji-janji mereka dengan tepat maka mereka mendapatkan kepercayaan pelanggan. Sementara ketika mereka menambahkan nilai tambahan dengan nilai inti, mereka menciptakan jembatan untuk mengubah pelanggan dari tingkat kepercayaan hingga loyalitas. Hasil ini juga mendukung studi oleh Kandampully & Hu (2007) dan Chattananon (2007) yang menjelaskan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Gul (2014) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ada signifikan dan positif pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap JNE di Klaten.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di Klaten.
4. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.
5. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.
6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.
7. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Klaten.
8. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.
9. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.
10. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan JNE di Klaten.

SARAN

Berdasarkan hasil penemuan penelitian ini, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, sehingga peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Sampel pada penelitian ini terbatas pada daerah tertentu yaitu daerah Klaten. Oleh karena itu, generalisasi dari model kognitif masih perlu divalidasi lebih lanjut pada daerah lain. Perbedaan karakteristik dari masing-masing daerah atau wilayah aspek budaya, demografi, infrastruktur dan ketersediaan produk antara daerah satu dengan yang lainnya memberikan kesempatan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian empiris lebih lanjut pada pengguna layanan JNE di Indonesia.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa semua variable signifikan dan berpengaruh positif. Sehingga dengan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan JNE dan bisa diterima diseluruh Indonesia tidak hanya bagi pengguna layanan JNE di Klaten, maka perusahaan bisa lebih memberikan bentuk pelayanan yang terbaik dan menerapkan strategi yang tepat bagi perusahaan agar bisa lebih memahami apa yang dibutuhkan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. .
3. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi peneliti lain agar memperhatikan kembali factor loyalitas, kualitas layanan, harga, kepercayaan dan kepuasan dalam menerapkan dan

mengembangkan bentuk layanan pengiriman JNE. Peneliti menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan suatu layanan perusahaan harus mampu memberikan bentuk kualitas layanan yang baik, menumbuhkan tingkat kepercayaan, dan penerapan harga yang sesuai, serta memperhatikan tingkat kepuasan yang mungkin untuk menggunakan layanan secara terus menerus.

4. Bagi peneliti selanjutnya, karena terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu penelitian hanya dibatasi pada lima variabel seperti kualitas layanan, harga, kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya, dapat memasukkan variabel-variabel lain misalnya seperti promosi, desain produk dan beberapa variable lainnya. Serta bagi peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan ukuran sampel yang besar untuk mendapatkan tampilan yang lebih representative dan yang memiliki topik serupa, dapat memperluas kajian dengan menambah variabel lainnya yang mungkin terkait dengan penelitian ini sehingga dapat semakin menambah wawasan ilmiah, tidak hanya pengguna layanan JNE di Klaten namun juga berbagai daerah lainnya.
5. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menganalisis fitur bebas ongkir dimana merupakan bentuk kerja sama perusahaan JNE dengan *e-commerce* dan *marketplace* lain dalam rangka membangun sebuah loyalitas dari pelanggan.

Daftar Pustaka

- Achmad Adji Rinaldo Fernandes.,Solimun Solimun.2018. The Mediation Effect Of Customer Satisfaction In Relationship Between Service Quality, Service Orientation And Marketing Mix Strategy To Customer Loyalty. Journal of Management Development.
- Anggraini Fifin.,&Anindhyta Budiarti.2020.Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek.JUPE.Vol.8.no.3.2020.pp.86-94.
- Ariani Sisca.,Muhammad Riza Firdaus.,Hairudinor.2019. Analysis of the Influence Service Quality,Price,Trust and Corporate Image on Satisfaction and Customer Loyalty in PT.POS Indonesia Banjarmasin.European Journal of Management and Marketing Studies,Vol.4,issue 2
- Boonlertvanich Karin.2019. Service Quality, Satisfaction, Trust, And Loyalty: The Moderating Role Of Main-Bank And Wealth Status. International Journal of Bank Marketing,Vol.37,issue.1.pp.278-302.
- Dimiyati Mohamad., N. Ari Subagio.2016. Impact of Service Quality, Price, and Brand on Loyalty with the mediation of Customer Satisfaction on Pos Ekspres in East Java. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol.7,no 4,jully
- Hannan Sufrin.,Budi Suharjo.,Kirbrandoko Kirbrandoko.,&Rita Nurmalina.2017.The Influence of Customer Satisfaction, Trust and Information Sharing on Customer Loyalty of Professional Services Company: An Empirical Study on Independen Surveyor Services Industry

in Indonesia. *International Journal of Economic Perspectives*, Vol.11, Issue.1.pp.344-353.

Haron Razali.,&Noradilah Abdul Subar.,&Khairunisah Ibrahim.2020.Service Quality Of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty And The Mediating Role Of Trust.*Islamic Economic Studies*.

<http://www.topbrand-award.com/> diakses pukul 20.40 WIB pada tanggal 18 Februari 2021.

<https://trends.google.com/> diakses pukul 21.00 WIB pada tanggal 18 Februari 2021

<https://www.jne.co.id/id/> diakses pukul 16.40 WIB pada tanggal 16 Februari 2021

Islam Tahir.,Rauf Islam.,Abdul Hameed Pitafi.,Liang Xiaobei.,Mahmood Rehmani.,Muhammad Irfan.,Muhammad Shujaat Mubarak.2020.The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*.

Juliana.,& Keni.2020. Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.*Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*,Vol.2,no.1.2020.pp.110-121.

Kennedy. (2009). Does patient satisfaction affect patient loyalty?*International Journal of Health Care Quality Assurance*. Vol.24 No.4 , 266-273.

Kotler, P. & Keller, K. 2009. *Marketing Management*. New Jersey: Person Education.

- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I edisi kedua belas. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Rana Shahid Yaqub.,Fairol Halim.,&Arfan Shehzad.Effect of Service Quality, Price Fairness, Justice with Service Recovery and Relational Bonds on Customer Loyalty: Mediating Role of Customer Satisfaction.Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol.13(1),pp.62-94.
- Setiawan Heri.,&A.Jalaluddin Sayuti.2017.Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM),Vol.19,issue 5.Ver. III (May. 2017),pp.31-40.
- Shen Chao.,Yazkhiruni Yahya.2020.The Impact Of Service Quality And Price On Passengers' Loyalty Towards Low-Cost Airlines: The Southeast Asia Perspective. Journal of Air Transport Management.
- Subaebasni Subaebasn.,Henny Risnawaty.,A.R. Arie Wicaksono.2018. Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. International Review of Management and Marketing,Vol.9.Issue.1.2019.

- Sudaryana Yayan.2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*.Vol.4.no.1.pp.447-455.
- Tiara Astrid Murti.,Budi Prasetya.,& Isnaini Nurkhayati.2017.The Influence of Brand Image,Price Perception and Service Quality on Customer's Loyalty of "POS EXPRESS" With Customer SatisfactionAs Intervening Variable. *Jurnal JOBSBusiness Administration Department*, Vol. 3, no.2, des.pp.117-134
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andy.
- Visit Klaten. 2020. Retrieved on 5/9/2020 from <https://www.visitklaten.com/artikel/jne-di-klaten/>
- Wahyu Sri Ramadhani.2018.Influence of Service Quality Customer Loyalty And Trust In. Pos Indonesia (Persero) Lubukpakam.*Jurnal of Management Science(JMAS)*,Vol.1, no.2.april.pp.30-35.
- Wilijaya Reny Sihite.,&Nora Pitri Nainggolan.2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam.Vol.13,no.1.juni.2020.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., and Berry, L.L. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol 60.(2). (April): 31-46.

Lampiran

**LAMPIRAN I
KUESIONER**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Jasa Layanan JNE di Klaten)**

Ekspedisi peng iriman JNE merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang dan logistik yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dll yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, penanganan dan kepabeaan serta distribusi di Indonesia.

Apakah Bapak/Ibu/Sdr/I pernah menggunakan layanan pengiriman JNE setidaknya sekali? Jika iya lanjutkan, jika tidak cukup berhenti disini.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

- a. 17 tahun – 25 tahun
- b. 26 tahun – 35 tahun
- c. 36 tahun – 45 tahun
- d. > 45 tahun.

Jenis kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Pekerjaan :

- a. Mahasiswa/Pelajar
- b. Wiraswasta
- c. PNS
- d. Dll.

Pendapatan perbulan :

- a. \leq Rp1.000.000,00
- b. $>$ Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
- c. $>$ Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
- d. $>$ Rp10.000.000,00

Segala informasi yang ada dalam penelitian ini akan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kerjasama Anda, saya ucapkan terimakasih. Semua pernyataan yang dipaparkan dimaksudkan untuk mengetahui penilaian Bapak/Ibu/Sdr/I tentang elemen-elemen pada layanan JNE.

VARIABEL PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

- 1) Mohon kuesioner diisi sesuai dengan pengalaman yang sudah didapat dari seluruh pernyataan yang telah disediakan.
- 2) Pilihlah jawaban dibawah ini dengan memberikan tanda (\surd) pada kolom yang sudah disediakan dari pernyataan yang sesuai dengan keadaan Anda.
- 3) Berikut alternatif pengisian jawaban dengan range nilai (1-5), yaitu :
 - a) : Sangat Tidak Setuju (1)
 - b) : Tidak Setuju (2)
 - c) : Netral (3)
 - d) : Setuju (4)
 - e) : Sangat Setuju (5)

1. Kualitas Layanan

No.	Persyaratan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya JNE memberikan ketepatan dalam pengiriman ekspedisi.					
2.	Menurut saya JNE cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan pelanggan.					
3.	Menurut saya JNE memberikan pelayanan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.					

4.	Menurut saya JNE memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.					
5.	Menurut saya JNE memiliki penataan tempat yang baik.					

2. Harga

No.	Persyaratan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman yang terjangkau.					
2.	Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman yang dapat bersaing dengan ekspedisi pengiriman lainnya.					
3.	Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman yang sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
4.	Menurut saya JNE memberikan tarif pengiriman sesuai dengan manfaat yang saya terima.					

3. Kepercayaan

No.	Persyaratan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya bahwa JNE memenuhi tanggung jawab nya terhadap pelanggan.					
2.	Saya percaya bahwa JNE memperhatikan kepentingan pelanggan.					
3.	Saya percaya bahwa JNE memberikan yang terbaik kepada pelanggannya.					
4.	Saya percaya bahwa JNE jujur dalam melakukan pekerjaannya.					

4. Kepuasan Pelanggan

No.	Persyaratan	STS	TS	N	S	SS
-----	-------------	-----	----	---	---	----

1.	Saya merasa puas dengan layanan JNE karena sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
2.	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan JNE dibandingkan dengan ekspedisi pengiriman lainnya.					
3.	Saya belum pernah melakukan komplain terhadap pelayanan JNE.					

5. Loyalitas Pelanggan

No.	Persyaratan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya akan terus menggunakan layanan JNE di masa yang akan datang.					
2.	Saya akan merekomendasikan layanan JNE kepada keluarga dan teman-teman saya.					
3.	Saya tidak tertarik dengan layanan pengiriman selain JNE.					
4.	Saya tidak menggunakan layanan ekspedisi pengiriman selain layanan JNE.					

LAMPIRAN II

DATA RESPONDEN

No.	Nama	Umur	Alamat	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan
1	Mala kresisiana utami	a. 18 tahun – 25 tahun	Krakitan, bayat, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
2	Ferdinand lopez	a. 18 tahun – 25 tahun	Krakitan, bayat, klaten	Laki-laki	Pegawai Swasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
3	Muhammad Nuril Huda	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatinom , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
4	Arianto Tri Wibowo	b. 26 tahun – 35 tahun	Tulung , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	c. PNS	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
5	Siti Fatimah Nurul Hidayah	b. 26 tahun – 35 tahun	Bareng Lor , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
6	Sariyadi	c. 36 tahun – 45 tahun	Pedan , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
7	Endang Wijayanti	c. 36 tahun – 45 tahun	Cawas , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
8	Imam Nawawi	a. 18 tahun – 25 tahun	Trucuk , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
9	Febrianto	b. 26 tahun – 35 tahun	Prambanan , Klaten , Jawa Tengah	Laki-laki	c. PNS	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
10	Micky	a. 18 tahun – 25 tahun	Krakitan, bayat, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
11	Hanif musya	a. 18 tahun – 25 tahun	Krakitan, bayat, klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
12	Marni	c. 36 tahun – 45 tahun	Bayat, klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
13	santi	a. 18 tahun – 25 tahun	Karangdowo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
14	Santi Putri	a. 18 tahun – 25 tahun	Bayat Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
15	Tyas maharani	a. 18 tahun – 25 tahun	Perumahan Kurung Indah,Ceper Klaten No 45	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
16	Alivia	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatinom	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00

17	Agusta	a. 18 tahun – 25 tahun	Kwiran rt 02/ rw 02, Jambukulon, Ceper, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
18	Reva dodi suryo p	a. 18 tahun – 25 tahun	Temuwangi, pedan, klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
19	Agusta	a. 18 tahun – 25 tahun	Kwiran rt 02/ rw 02, Jambukulon, Ceper, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
20	Azizah norma	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten tengah	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
21	Fuad aziz febriansyah	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman bonyokan jatinom klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
22	Taufik tri	a. 18 tahun – 25 tahun	Jl M saari, no18 sunter jaya, tanjung priok	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
23	Dewi	a. 18 tahun – 25 tahun	Turus, Polanharjo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
24	Devi	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman, Bonyokan, Jatinom	Perempuan	Perangkat Desa	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
25	Salma	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman, Bonyokan, Jatinom, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
26	Helen	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
27	Septiana Rushelawati	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
28	Dwiky	a. 18 tahun – 25 tahun	Cawas klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
29	Muh fikri kanigara	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatinom klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
30	Ozanova H	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman Bonyokan Jatinom Klaten	Laki-laki	Pegawai Swasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
31	Alfian saputra	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatinom klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
32	Fa'iz ashnan	a. 18 tahun – 25 tahun	Krapyak kidul rt10 rw19 pakahan jogonalan klaten	Laki-laki	Pegawai Swasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
33	Nindy	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
34	Dian Anggita	a. 18 tahun – 25 tahun	Melikan, Wedi, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
35	Pamungkas Hari Sasena	a. 18 tahun – 25 tahun	Karanganom, klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00

36	Lathifa	a. 18 tahun – 25 tahun	Juwiring, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
37	Andrian nur fafa	a. 18 tahun – 25 tahun	Krajan jatinom klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
38	Amin	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
39	Aw	a. 18 tahun – 25 tahun	Ceper	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
40	Reno Setiawan	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Laki-laki	Pekerja Swasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
41	Intan	a. 18 tahun – 25 tahun	Karangdowo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
42	Vetrycia Setryna Putri	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman, Bonyokan, Jatinom, Klaten, Jawa Tengah	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
43	Listiana	a. 18 tahun – 25 tahun	Glagah, Jatinom, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
44	Janur Dikya	a. 18 tahun – 25 tahun	Trucuk, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
45	Kartini Widi Astuti	a. 18 tahun – 25 tahun	Krambil Gede, Jimbung, Kalikotes, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
46	Mochamad Zaragosa Gama Wibawa	a. 18 tahun – 25 tahun	Kopat Cilik, Gedongjetis, Tulung, Klaten	Laki-laki	Trader	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
47	Farichah Azizah	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatinom, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
48	Aji Tri Hardono	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
49	Hanifah	a. 18 tahun – 25 tahun	Senden, ngawen, klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
50	A. Izzul Ruhan Jihad	a. 18 tahun – 25 tahun	Drono, Ngawen, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
51	Vetrycia Setryna Putri	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman, Bonyokan, Jatinom, Klaten, Jawa Tengah	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
52	Tata	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
53	Nad	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
54	Yogi S	a. 18 tahun – 25 tahun	Jl stonen utara no 22 semarang	Laki-laki	Karyawan Swasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00

55	Ina temannya fatih	a. 18 tahun – 25 tahun	Gesing, jatipuro, trucuk, klaten	Perempuan	Pedagang	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
56	Jyesta	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten Kencana	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
57	Hanifah	a. 18 tahun – 25 tahun	Senden, ngawen, klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
58	Hayyum Ghesti	a. 18 tahun – 25 tahun	Kalikotes, Klaten	Perempuan	Pegawai Swasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
59	Jami'atul muslihah	b. 26 tahun – 35 tahun	Puluhan 09/04, puluhan, jatinom, klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
60	Josephine Vania A.	a. 18 tahun – 25 tahun	Ngingas Baru, Barendlor, Klaten Utara.	Perempuan	Fresh Graduate	a. ≤ Rp1.000.000,00
61	Tutut Mastuti	a. 18 tahun – 25 tahun	sayangan melikan wedi klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
62	Gabriel destriaaa	a. 18 tahun – 25 tahun	Sebuah perumahan di gayamprit	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
63	Rafli Nur Prima S	a. 18 tahun – 25 tahun	Dusun Pundungrejo RT 03 / RW 02, Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
64	Gabriel destriaaa	a. 18 tahun – 25 tahun	Sebuah perumahan di gayamprit	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
65	Niko Putranto	a. 18 tahun – 25 tahun	Seman 20/07 Bonyokan jatinom klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
66	Muhammad Fattah	a. 18 tahun – 25 tahun	Pandeyan, Jatinom, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
67	Bayu wardhana	a. 18 tahun – 25 tahun	Karanganom klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
68	Marco santarosa	b. 26 tahun – 35 tahun	Dlanggon klaten	Laki-laki	c. PNS	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
69	Janu	a. 18 tahun – 25 tahun	Karangduwet klaten jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	a. ≤ Rp1.000.000,00
70	Hajar	b. 26 tahun – 35 tahun	Wonorejo, Temuwangi, pedan, Klaten Jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	a. ≤ Rp1.000.000,00

71	Yuda	b. 26 tahun – 35 tahun	Kampung klaten , klaten ,jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	a. ≤ Rp1.000.000,00
72	Momok	c. 36 tahun – 45 tahun	Bareng lor klaten tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
73	Apriyanto	b. 26 tahun – 35 tahun	Pedan,Klaten Jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	a. ≤ Rp1.000.000,00
74	Radit	b. 26 tahun – 35 tahun	Gondang klaten jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
75	Brian	b. 26 tahun – 35 tahun	Ceper,Klaten Jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
76	Arif	b. 26 tahun – 35 tahun	Perum ngingas baru , klaten ,jawa tengah	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
77	Widodo	c. 36 tahun – 45 tahun	Temuwangi,Pedan,Klaten Jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	a. ≤ Rp1.000.000,00
78	Endang	c. 36 tahun – 45 tahun	Mandong,trucuk,Klaten jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
79	Faizah Hasna	a. 18 tahun – 25 tahun	Gedaren Jatinom Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
80	Shehna Rhea R F	a. 18 tahun – 25 tahun	Mangun Suparnan, Janti, Polanharjo, Klaten	Perempuan	Freelancer	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
81	Fina Yasmin	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
82	Iza	a. 18 tahun – 25 tahun	Tlogowono, bono, tulung, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
83	Aw	a. 18 tahun – 25 tahun	Ceper	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
84	Aw	a. 18 tahun – 25 tahun	Ceper	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
85	Vebri Aryanto	a. 18 tahun – 25 tahun	Kunden Karanganom klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
86	Muhammad hadieq	b. 26 tahun – 35 tahun	Batur Tegalrejo Ceper Klaten	Laki-laki	Buruh	a. ≤ Rp1.000.000,00
87	Selly melania yuniar	a. 18 tahun – 25 tahun	Jogonalan klaten JawaTengah	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
88	Rosalina anindita putri	a. 18 tahun – 25 tahun	Gatak klaten Jateng	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
89	Fidya risda	a. 18 tahun – 25 tahun	Gesing klaten JawaTengah	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00

90	Irma Saras vilanty	a. 18 tahun – 25 tahun	Jetis Kunden Karanganom klaten JawaTengah	Perempuan	b. Wiraswasta	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
91	Nur Adani	b. 26 tahun – 35 tahun	Ceper, klaten, jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
92	Wawan dedi	b. 26 tahun – 35 tahun	Batur, ceper, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
93	Achmad	b. 26 tahun – 35 tahun	Batur, ceper, klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
94	Yusuf	c. 36 tahun – 45 tahun	Penggung, karanganom, klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
95	Wachid hasyim	b. 26 tahun – 35 tahun	Karanganom, klaten, jawa tengah	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
96	cel	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
97	Yessy	a. 18 tahun – 25 tahun	Mampang Prapatan, Jakarta Selatan	Perempuan	c. PNS	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
98	Nirmala	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
99	Viviane	a. 18 tahun – 25 tahun	Brajan, Ngawen, Ngawen, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
100	yurico martha putra	a. 18 tahun – 25 tahun	tegal gelangan, jebugan, klaten utara, klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
101	Laila	a. 18 tahun – 25 tahun	Metuk kidul, tegalyoso, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
102	Viora Valenzania	a. 18 tahun – 25 tahun	Karanganom Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
103	D	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
104	Tasya Permata	a. 18 tahun – 25 tahun	Sekaran RT 01 RW 01, Banaran, Delanggu, Klaten, Jawa Tengah.	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
105	Fitria Agni Kusumawati	a. 18 tahun – 25 tahun	Mendak, Delanggu, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
106	Kalam Mahardika	a. 18 tahun – 25 tahun	Mireng, trucuk, klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00

107	Widhi	a. 18 tahun – 25 tahun	Delanggu, klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
108	Andi	a. 18 tahun – 25 tahun	Sleman	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
109	Siswi Diyan	a. 18 tahun – 25 tahun	Drono, Ngawen, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
110	Nirmala	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
111	Aghniya Amalia	a. 18 tahun – 25 tahun	Prigiwetan, Jogosetran, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
112	Asri	a. 18 tahun – 25 tahun	Jalan Jatinom-Penggung, Km 02, Bonyokan, Jatinom, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
113	Rin	a. 18 tahun – 25 tahun	Gesing, jatipuro, trucuk, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
114	Septa	a. 18 tahun – 25 tahun	Gesing, jatipuro, trucuk, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
115	Destya Nuryandara Fadillah	a. 18 tahun – 25 tahun	Sukorejo 01/04 Wonosari Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
116	guayuh	a. 18 tahun – 25 tahun	wadunggetas, wonosari, klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
117	Andhini	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
118	Dhani Aliffansyah	a. 18 tahun – 25 tahun	Cokro, Cokro, Tulung, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
119	Anjar Tria	a. 18 tahun – 25 tahun	Pedan, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
120	Muchammad Muchib Fiqhan	a. 18 tahun – 25 tahun	Kuncen RT 004 RW 006 Kuncen Ceper Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
121	Fendy Muhammad Yusuf	a. 18 tahun – 25 tahun	Banyusri, Krajan, Jatinom	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
122	Fitri Wulandari	a. 18 tahun – 25 tahun	Grogol, Gatak, Delanggu	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
123	ILHAM KHOMARUDIN AKBAR	a. 18 tahun – 25 tahun	KWIRAN JAMBUKULON CEPER KLATEN	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
124	IHT	a. 18 tahun – 25 tahun	Juwiring	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
125	Hendri	b. 26 tahun – 35 tahun	Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	c. > Rp5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00
126	Ameliya Dwi Puspita	a. 18 tahun – 25 tahun	Ketileng raya semarang	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00

127	Sebut saja ARS	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
128	Choirunnisa	a. 18 tahun – 25 tahun	Kingkang RT 01 RW 03, Kingkang, Wonosari, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
129	Adik Amin Nashrudien	a. 18 tahun – 25 tahun	Socokangsi, Socokangsi, Jatinom, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
130	Titis Rena	a. 18 tahun – 25 tahun	Polanharjo	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
131	Ria Agustin	a. 18 tahun – 25 tahun	Jambukulon, Ceper, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
132	Deden Apriyadi	c. 36 tahun – 45 tahun	Tegalrejo, Ceper, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
133	Eko Yuningsih	d. > 45 tahun.	Temuwangi, Cawas, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
134	Agus Supriyanto	b. 26 tahun – 35 tahun	Cetan, Ceper, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
135	Ida Apriliana	a. 18 tahun – 25 tahun	Klepu	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
136	Puspa Ayudiah	b. 26 tahun – 35 tahun	Banaran, Delanggu, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
137	Aprian Rahwadi	a. 18 tahun – 25 tahun	Munggung, Karangdowo, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
138	Elicha Meiyezi	a. 18 tahun – 25 tahun	Ponggok, Polanharjo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
139	Reta Rinanti Prahayu	a. 18 tahun – 25 tahun	Krakitan, Bayat, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
140	Edo Nur Cahyanto	b. 26 tahun – 35 tahun	Sidorejo, Kemalang, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
141	Rohman Raharjo	c. 36 tahun – 45 tahun	Klepu, Ceper, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
142	Mansur Wahyudi	b. 26 tahun – 35 tahun	Beji, Pedan, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
143	Edi Pramono	b. 26 tahun – 35 tahun	Lemahireng, Pedan, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 –

						Rp 5.000.000,00
144	Ivan Rusli	a. 18 tahun – 25 tahun	Troketon, Pedan, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
145	Dea Anggarwati	b. 26 tahun – 35 tahun	Barukan, Manisrenggo, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
146	Agung Priyatin	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatimulyo, Pedan, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
147	Pipin Pujianto	b. 26 tahun – 35 tahun	Jambukulon, Ceper, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
148	Puput Wahyuningsih	a. 18 tahun – 25 tahun	Klepu, Ceper, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
149	Ririn Apriyani	b. 26 tahun – 35 tahun	Brajan, Prambanan, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
150	Ivan Maulana	a. 18 tahun – 25 tahun	Bero, Trucuk, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
151	Putri Yuli Alifah	b. 26 tahun – 35 tahun	Temuwangi, Pedan, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
152	Yunita Sari	a. 18 tahun – 25 tahun	Jimus, Polanharjo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
153	Nino Saputra	a. 18 tahun – 25 tahun	Babadan, Karangdowo, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
154	Cinta Aulia Indrasari	a. 18 tahun – 25 tahun	Bulurejo, Juwiring, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
155	Mamud Rifai Daniar	a. 18 tahun – 25 tahun	Bakung, Jogonalan, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
156	Lutfiana Anggraini	b. 26 tahun – 35 tahun	Bulusan, Karangdowo, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
157	Pristi Agustin	b. 26 tahun – 35 tahun	Kupang, Karangdowo, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
158	Siti Ngalimah	b. 26 tahun – 35 tahun	Butuhan, Delanggu, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
159	Adelia Saputri	a. 18 tahun – 25 tahun	Klepu, Ceper, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
160	Khairul Yuwono	c. 36 tahun – 45 tahun	Meger, Ceper, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
161	Dilla Anggraeni	b. 26 tahun – 35 tahun	Mlese, Ceper, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 –

						Rp 5.000.000,00
162	Alfian Aldianto	a. 18 tahun – 25 tahun	Meger, Ceper, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
163	Dian Pangestika	b. 26 tahun – 35 tahun	Jetis, Delanggu, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
164	Popy Riliandini	a. 18 tahun – 25 tahun	Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
165	Wahyu Rahmatullah	b. 26 tahun – 35 tahun	Tlobong, Delanggu, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
166	Thoyyib Maulana	a. 18 tahun – 25 tahun	Beteng, Jatinom, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
167	Salsabila Diniyah	b. 26 tahun – 35 tahun	Gondangan, Jogonalan, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
168	Faiz Afifudin	b. 26 tahun – 35 tahun	Dlimas, Ceper, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
169	Retno Ayu Ningtyas	b. 26 tahun – 35 tahun	Ngawonggo, Ceper, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
170	Danis Prima Dhani	a. 18 tahun – 25 tahun	Bowan, Delanggu, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
171	Atin Ariyani	c. 36 tahun – 45 tahun	Tegalrejo, Ceper, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
172	Dias Amelia Astuti	a. 18 tahun – 25 tahun	Kepanjen, Delanggu, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
173	Slamet Rahardjo	c. 36 tahun – 45 tahun	Bonyokan, Jatinom, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
174	Nina Sundari	b. 26 tahun – 35 tahun	Dompyongan, Jogonalan, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
175	Alya Djuniati	a. 18 tahun – 25 tahun	Dlimas, Ceper, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
176	Agustina Purwaningsih	b. 26 tahun – 35 tahun	Kayumas, Jatinom, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
177	Yuni Adilla Saputri	a. 18 tahun – 25 tahun	Burikan, Cawas, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00

178	Khoerudin Bayu Saputra	b. 26 tahun – 35 tahun	Jambukulon, Ceper, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
179	Andri Husada	a. 18 tahun – 25 tahun	Srebegan, Ceper, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
180	Nindi Apriani	b. 26 tahun – 35 tahun	Granting, Jogonalan, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
181	Sg	a. 18 tahun – 25 tahun	Tanjunganom, krajan, jatinom, klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
182	Aulia Dian Lestari	a. 18 tahun – 25 tahun	Mlese, Ceper, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
183	Nuraini Lestari	b. 26 tahun – 35 tahun	Nanggulan, Cawas, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
184	Cinta Nur Fitriani	a. 18 tahun – 25 tahun	Brajan, Prambanan, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
185	Muhammad Afifudin	a. 18 tahun – 25 tahun	Beji, Tulung, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
186	Rista Andini	a. 18 tahun – 25 tahun	Bono, Tulung, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
187	Rafli Arga Prasetya	a. 18 tahun – 25 tahun	Tambakboyo, Pedan, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
188	Evrita Nurdiana Anggitasari	a. 18 tahun – 25 tahun	Jatimulyo, Pedan, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
189	Novita Tanurarini	a. 18 tahun – 25 tahun	Glagah, Polanharjo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
190	Dea Marantika	a. 18 tahun – 25 tahun	Lemahireng, Pedan, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
191	Marsya Alleana Putri Tanjungsari	a. 18 tahun – 25 tahun	Ngaren, Pedan, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
192	Agusta Aulia Urrochman	a. 18 tahun – 25 tahun	Jambukulon, Ceper, Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
193	Nadin Amniyati	b. 26 tahun – 35 tahun	Troketon, Pedan, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
194	Oliviana Ade Arista	a. 18 tahun – 25 tahun	Mlese, Ceper, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
195	Deni Maulana	a. 18 tahun – 25 tahun	Somokaton. Karangnongko. Klaten	Laki-laki	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00

196	Bayu Aji Pangestu	b. 26 tahun – 35 tahun	Klepu, Ceper, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
197	Aprilisa Meilina	a. 18 tahun – 25 tahun	Borongan, Polanharjo, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
198	Arzad Ismail Marzuki	a. 18 tahun – 25 tahun	Jambukidul, Ceper, Klaten	Laki-laki	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
199	Tri Wahyuni	b. 26 tahun – 35 tahun	Segaran, Delanggu, Klaten	Perempuan	b. Wiraswasta	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
200	Nurman Ardiansyah	b. 26 tahun – 35 tahun	Kajen, Ceper, Klaten	Laki-laki	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
201	Arsilla Ariana Asasti	a. 18 tahun – 25 tahun	Jombor, Ceper, Klaten	Perempuan	a. Mahasiswa/Pelajar	a. ≤ Rp1.000.000,00
202	Murniati Aprilia Sari	b. 26 tahun – 35 tahun	Bowan, Delanggu, Klaten	Perempuan	c. PNS	b. > Rp1.000.000,00 – Rp 5.000.000,00

LAMPIRAN III
REKAPITULASI JAWABAN
RESPONDEN

No	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	H1	H2	H3	H4	K1	K2	K3	K4	KP1	KP2	KP3	LP1	LP2	LP3	LP4
1	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
2	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
7	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
8	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
9	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
10	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	2
11	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
12	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3
13	2	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	2	2
14	4	4	4	3	5	4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	2
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	4	3	4	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4	3	3
21	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
22	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2

24	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	3
25	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2
26	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3
29	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5
30	4	3	3	4	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	2	2	2	3	1	1
31	5	3	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
34	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
35	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	2
36	4	4	5	4	4	2	3	3	3	5	4	4	5	5	4	5	3	4	3	3
37	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4
38	5	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	5	3	3	3	2
39	4	2	3	1	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	5	3	3	3	1
40	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	2
41	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
42	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	2
43	5	5	5	5	5	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2
44	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	2	2
45	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
47	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4

48	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	1	1
49	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
50	4	3	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	1	1
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2
52	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
55	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3
56	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	1	1
57	3	3	4	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	1	4	1	3	3	1	4
58	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3
59	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2
60	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	5	3	3	3	3
61	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
62	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4
63	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5	2	3	3	3	3
65	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	1	2	3	2	3
67	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
71	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4

72	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	
73	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
74	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	
75	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	
76	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
77	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	
78	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	1	2	5	1	
79	4	3	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	2	5	4	3	2	2	
80	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	
81	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	1	1	
82	5	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	5	3	3	3	2	
83	5	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	5	3	3	3	2	
84	4	4	5	4	3	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	5	
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
86	5	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	5	5	3	5	4	4	4	
87	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	
88	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	
89	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	5	
90	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	
91	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	5	4	
92	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	
93	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	
94	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
95	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	1	1	

96	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	1	3	2	1	2	2	1	1
97	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2
99	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	3	3
100	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4
101	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	1
102	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5
103	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4
104	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1
105	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
106	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	1
107	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
108	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3
109	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
111	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	2	2
112	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
113	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	2
114	5	3	4	3	3	4	5	3	5	5	3	3	5	5	5	1	5	5	3	3
115	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5
116	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
117	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
118	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1
119	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	5	5	4	3	3	3

120	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	
121	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	4	3	5	3	3	2	2
122	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5
124	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	4
125	3	3	4	3	2	2	2	4	3	2	2	1	1	4	2	3	2	2	1	1
126	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
127	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4	2	2
128	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	5	3	3	3	2
129	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	1	1	3	4	3	3	2	1
130	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	2
131	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3
132	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
133	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
134	2	3	2	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2
135	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
136	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	2	2	2	2	3	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
138	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
139	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
140	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
141	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2
142	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2
143	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3

144	2	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
145	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
146	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
147	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	3	2
148	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	3	2	2
149	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	4	2	2	3
150	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
151	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
152	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
153	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3
154	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
155	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2
157	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
158	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3
159	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
160	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
161	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2
162	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
163	5	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	1
164	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
165	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2
166	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2
167	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2

168	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
169	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2
170	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	2	2
171	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2
172	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
173	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
174	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
175	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
176	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3
177	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
179	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
180	4	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	2
181	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
182	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
183	2	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
185	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
186	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
188	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
189	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
190	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2
191	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	2	2

192	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	4	2	3	2	2
193	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3
194	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	3	3	3	3
195	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2
196	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3
197	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3
198	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	2
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3
200	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2
201	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3

LAMPIRAN IV
UJI VALIDITAS, UJI
RELIABILITAS, DAN ANALISIS
JALUR

Outer Loading 30 Responden

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (KL)	KL 1	0.720	Valid
	KL 2	0.828	Valid
	KL 3	0.883	Valid
	KL 4	0.831	Valid
	KL 5	0.834	Valid
Harga (H)	H 1	0.848	Valid
	H 2	0.829	Valid
	H 3	0.837	Valid
	H 4	0.866	Valid
Kepercayaan (K)	K 1	0.740	Valid
	K 2	0.807	Valid
	K 3	0.761	Valid
	K 4	0.862	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP 1	0.779	Valid
	KP 2	0.868	Valid
	KP 3	0.770	Valid
Loyalitas Pelanggan (LP)	LP 1	0.889	Valid
	LP 2	0.874	Valid
	LP 3	0.906	Valid
	LP 4	0.901	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Cross Loading 30 Responden

	Harga	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
H1	0.848	0.421	0.674	0.646	0.642
H2	0.829	0.499	0.604	0.571	0.655
H3	0.837	0.659	0.710	0.630	0.624
H4	0.866	0.732	0.716	0.764	0.670
K1	0.537	0.740	0.557	0.523	0.433
K2	0.684	0.807	0.489	0.447	0.540
K3	0.418	0.761	0.474	0.431	0.461
K4	0.538	0.862	0.595	0.525	0.572
KL1	0.565	0.464	0.696	0.720	0.456
KL2	0.757	0.481	0.761	0.828	0.588
KL3	0.612	0.520	0.815	0.883	0.723

KL4	0.701	0.581	0.819	0.831	0.715
KL5	0.543	0.440	0.740	0.834	0.628
KP1	0.690	0.547	0.779	0.684	0.494
KP2	0.786	0.547	0.868	0.824	0.870
KP3	0.432	0.534	0.770	0.747	0.526
LP1	0.750	0.615	0.691	0.671	0.889
LP2	0.729	0.640	0.781	0.771	0.874
LP3	0.688	0.484	0.747	0.690	0.906
LP4	0.543	0.512	0.648	0.582	0.901

Sumber: data diolah, 2021

Validitas dan Reliabilitas Konstruk 30 Responden

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	Reliabilitas Komposit	(AVE)
Harga	0,866	0,868	0,909	0,714
Kepercayaan	0,803	0,811	0,872	0,630
Kepuasan Pelanggan	0,734	0,763	0,848	0,651
Kualitas Layanan	0,878	0,886	0,911	0,674
Loyalitas Pelanggan	0,915	0,919	0,940	0,797

LAMPIRAN V
HASIL OLAH DATA LENGKAP

Outer Loading 202 Responden

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (KL)	KL 1	0,810	Valid
	KL 2	0,873	Valid
	KL 3	0,900	Valid
	KL 4	0,883	Valid
	KL 5	0,714	Valid
Harga (H)	H 1	0,783	Valid
	H 2	0,822	Valid
	H 3	0,823	Valid
	H 4	0,884	Valid
Kepercayaan (K)	K 1	0,856	Valid
	K 2	0,879	Valid
	K 3	0,882	Valid
	K 4	0,866	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP 1	0,912	Valid
	KP 2	0,898	Valid
	KP 3	0,808	Valid
Loyalitas Pelanggan (LP)	LP 1	0,875	Valid
	LP 2	0,887	Valid
	LP 3	0,878	Valid
	LP 4	0,878	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Cross Loading 202 Responden

	Harga	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
H1	0,783	0,518	0,431	0,521	0,508
H2	0,822	0,560	0,488	0,554	0,521
H3	0,823	0,554	0,656	0,703	0,608
H4	0,884	0,666	0,729	0,776	0,717
K1	0,615	0,856	0,602	0,631	0,568
K2	0,615	0,879	0,544	0,621	0,591
K3	0,604	0,882	0,560	0,611	0,597
K4	0,601	0,866	0,596	0,589	0,602
KL1	0,630	0,601	0,760	0,810	0,623
KL2	0,727	0,590	0,669	0,873	0,668

KL3	0,692	0,614	0,689	0,900	0,680
KL4	0,657	0,599	0,636	0,883	0,671
KL5	0,596	0,547	0,469	0,714	0,558
KP1	0,632	0,587	0,912	0,700	0,677
KP2	0,684	0,620	0,898	0,725	0,800
KP3	0,550	0,521	0,808	0,604	0,579
LP1	0,656	0,590	0,731	0,685	0,875
LP2	0,696	0,658	0,762	0,730	0,887
LP3	0,592	0,554	0,677	0,645	0,878
LP4	0,588	0,570	0,599	0,619	0,878

S

umb

er:

data

diol

ah,

2021

Validitas dan Reliabilitas Konstruk 202 Responden

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Harga	0,850	0,874	0,897	0,687
Kepercayaan	0,894	0,894	0,926	0,758
Kepuasan Pelanggan	0,845	0,860	0,906	0,764
Kualitas Layanan	0,893	0,901	0,922	0,703
Loyalitas Pelanggan	0,903	0,907	0,932	0,774

Hasil Uji Inner Model Struktural

Pengujian	Hasil Uji
<u>Koefisien Determinasi (Rsquare)</u>	
Kepuasan Pelanggan	0,645
Loyalitas Pelanggan	0,705
<u>Q² predictive relevance</u>	
$Q^2 = 1 - (1 - (R1^2)(1 - R2^2))$ $= 1 - (1 - (0,645^2)(1 - 0,705^2))$ $= 1 - (1 - 0,416)(1 - 0,497)$ $= 1 - (0,584)(0,503)$ $= 0,29372482562$	29,37%

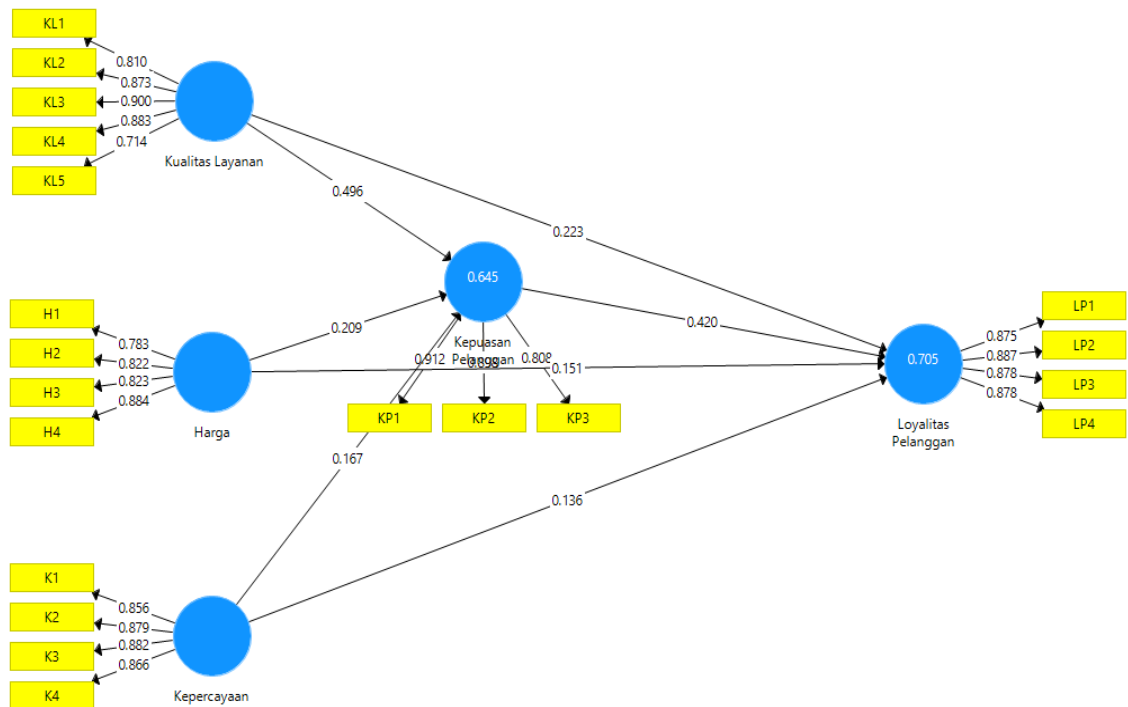
Goodness of Fit (GoF)

$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times \overline{R^2}} \\
 &= \sqrt{0,728 \times 0,705^2} \\
 &= \sqrt{0,728 \times 0,497} \\
 &= 0,4240762234
 \end{aligned}$$

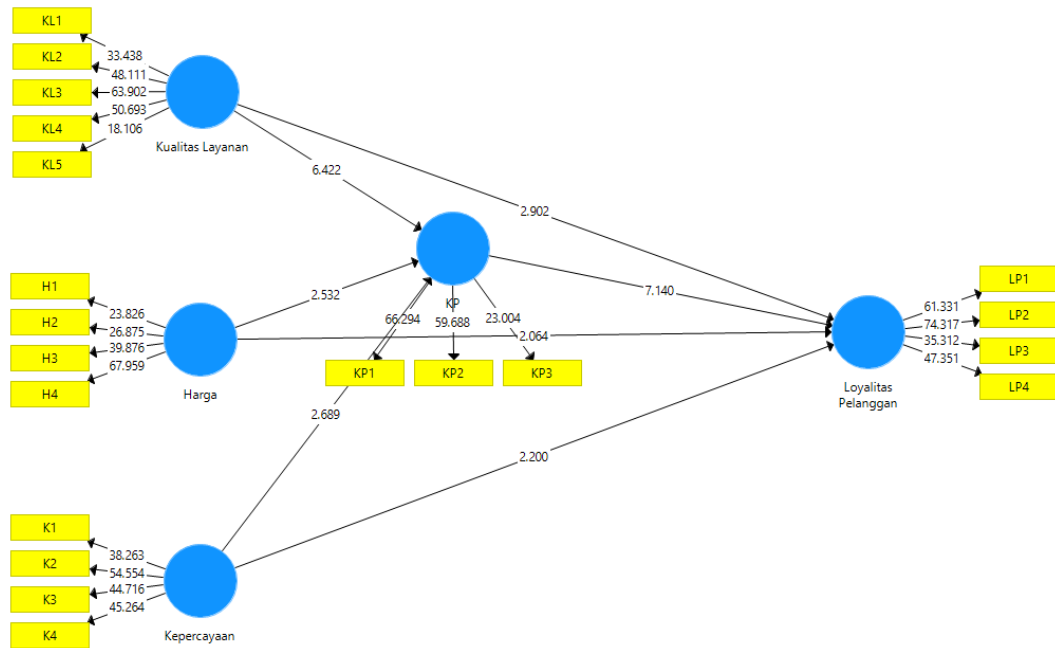
0,424

Sumber: data diolah, 2021

Hasil Algorithm 202 Responden



Hasil *Bootsraping* 202 Responden



LAMPIRAN VI
BUKTI ULASAN PENGGUNA JNE

**FEBBY RAMADIANSYAH**

1 ulasan



★★★★★ 2 minggu yang lalu

Ini untuk kesekian kaliannya ngirim pake JNE selalu mandek disini.. bisa samapek 3-5 hari.. pernah ketahan gak dianter anter....

**andreas yudha pratama**

1 ulasan



★★★★★ sebulan yang lalu

CACAT!!!! NOMER TELFON DIPAJANG DOANG, DIHUBUNGIN TIDAK BISA.DITELFON BERULANG KALI TIDAK DIANGKAT....

**Ringo Rahata**

7 ulasan



★★★★★ 3 bulan lalu

pelayanan agak lemot, pelanggan udh pd antre lama, petugasnya malah sibuk nurunin barang dari truk, bukan customer oriented namanya

**Dhiky Ardistya Jati**

1 ulasan



★★★★★ 8 bulan lalu

nomor di **telpon** gak diangkat,pengiriman lama

**Slamet Wibowo**

2 ulasan



★★★★★ 9 bulan lalu

Payah di tlp g ada **respon**....!

✕  **Ian Relado**
2 ulasan ⋮

★☆☆☆☆ 3 tahun lalu

Telpon ga pernah di angkat
Barang mau di ambil di kantor
alasanya udah kecampur (ga
niat kerja)