

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

Tanggal 20 Agustus 2015 di Jakarta menjadi permulaan dalam sejarah perjalanan PT. J&T Express. Tepat di hari tersebut PT Global Jet Express meresmikan kantor pusatnya di Pluit, Jakarta Utara. Diresmikan oleh CEO J&T Express, Bapak Jet Lee menandakan dimulainya jam kerja seluruh team J&T Express di Indonesia hadir sebagai perusahaan express baru di Indonesia, J&T Express siap melayani Indonesia untuk mendapatkan pelayanan kiriman paket yang cepat, nyaman dan terpercaya.

Meskipun merupakan pemain baru di bidang express, J&T Express optimis dapat menjadi perusahaan express yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas premium.

J&T Express adalah salah satu jasa express yang menyediakan sistem tracking bagi pelanggannya, sistem tracking mandiri ini agak berbeda dengan jasa express pada umumnya. Fasilitas tracking ini memungkinkan pelanggan dapat mengetahui status, detail keberadaan paket, hingga nama penerima paket. Sebagai perusahaan ekspedisi berbasis teknologi, J&T Express menggunakan sistem IT terkini untuk meningkatkan efisiensi dan mutu pelayanan.

J&T Express memberikan pelayanan door to door, dan pengiriman paket dengan cepat yang mendorong perkembangan industri – industri yang berhubungan dengan internet dan bertujuan untuk membuat kehidupan Pelanggan menjadi benar-benar lebih Mudah. Dengan semangat yang tinggi, PT J&T Express memiliki komitmen memberi pelayanan yang baik, etos kerja yang tinggi, totalitas, kejujuran dan profesionalisme.

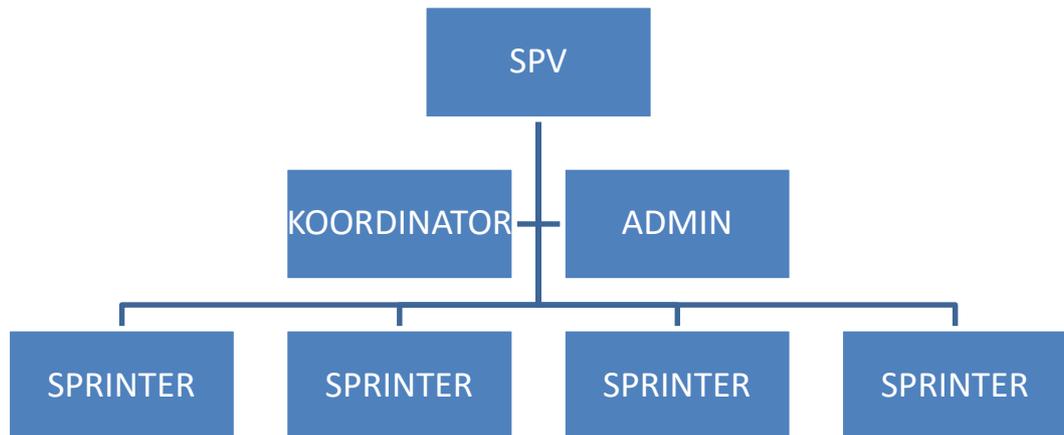
PT. J&T Express Perak merupakan salah satu kantor cabang yang berada di Surabaya dimana telah diresmikan pada tanggal 25 September 2015 yang beralamat lengkap di Jl. Perak timur No. 166, Surabaya. J&T Express kantor cabang perak memiliki karyawan dan fasilitas layanan yang sesuai dengan standart PT. J&T Express.

2. Visi dan Misi Perusahaan

PT. J&T Express memiliki visi yaitu memajukan dan mengembangkan jasa titipan / cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia. Serta misi PT. J&T Express yaitu menyediakan produk jasa angkutan / titipan keseluruh plosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. J&T Express Kantor cabang perak Surabaya



(Sumber: PT. J&T Express kantor cabang perak Surabaya)

Gambaran subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya dengan sampel yang diambil berjumlah 100 orang untuk dijadikan responden. Adapun karakteristik responden sebagai subyek penelitian dapat digambarkan melalui jenis kelamin, usia, dan Jenis Pekerjaan .

Adapun data yang diperoleh mengenai profil responden yang dijadikan obyek penelitian adalah sebagai berikut :

1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Merupakan gambaran demografik dari jenis kelamin pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya dapat diungkap pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosen
Pria	63	63%
Wanita	37	37%
Total	100	100%

(Sumber Data : Lampiran 3 Diolah)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya, terbanyak adalah mereka yang berjenis kelamin pria sebanyak 63 orang dengan prosentase sebesar 63,0%. Sisanya sebanyak 37 orang dengan prosentase sebesar 37,0% merupakan responden yang berjenis kelamin wanita.

2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Merupakan demografik dari usia pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya dapat diungkap pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Prosen
< 20 tahun	13	13,0%
20-29 tahun	49	49,0%
30-39 tahun	30	30,0%
>40 tahun	8	8,0%
Total	100	100,0%

(Sumber Data : Lampiran 3 Diolah)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi berdasarkan usia terlihat pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya terbanyak adalah mereka yang berusia antara 20-29 tahun sebanyak 49 orang dengan prosentase sebesar 49,0%. responden yang berusia antara 30-39 tahun sebanyak 30 orang dengan prosentase sebesar 30,0%. Responden yang memiliki usia kurang dari 20 tahun sebanyak 13 orang dengan prosentase sebesar 13,0%. Sisanya sebanyak 8 responden dengan prosentase sebesar 8,0% adalah mereka yang berusia diatas 40 tahun.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya adalah kaum muda dewasa. Hasil ini dimungkinkan karena pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya umumnya adalah mereka yang telah bekerja.

3. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Merupakan demografik dari jenis pekerjaan pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya dapat diungkap pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosen
Mahasiswa	25	25,0%
Karyawan Kantor	67	67,0%
Pengusaha	8	8,0%
Total	100	100,0%

(Sumber Data : Lampiran 3 Diolah)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi berdasarkan usia terlihat pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya terbanyak adalah mereka bekerja sebagai karyawan kantor sebanyak 67 orang dengan prosentase sebesar 67,0%. Responden yang masih duduk sebagai mahasiswa sebanyak 25 orang dengan prosentase sebesar 25,0%. Sisanya sebanyak 8 responden dengan prosentase sebesar 8,0% adalah mereka yang bekerja sebagai wiraswasta atau pengusaha.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengguna jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya adalah karyawan kantor. Hasil ini dimungkinkan karena letak perusahaan tersebut di daerah pelabuhan yang banyak berdiri kantor-kantor serta perusahaan swasta yang menggunakan jasa pelayanan pengiriman pada PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.

B. Deskriptif Hasil Penelitian

Merupakan analisis data secara deskriptif dengan menguraikan tanggapan dari 100 responden berkaitan *brand image*, kualitas jasa serta loyalitas pengguna jasa pelayanan pengiriman pada PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya .

Dalam pembahasan penelitian ini akan dijelaskan tentang rata-rata tanggapan responden secara keseluruhan serta jumlah responden yang memberikan jawaban terhadap masing-masing indikator variabel. Untuk mengetahui hasil rata-rata tanggapan responden digunakan *interval class* yang bertujuan untuk menghitung nilai atau skor jawaban yang diisi oleh responden.

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Tabel 4.4
Kelas Interval

Nilai Interval	Kategori	Nilai
$4,20 < x \leq 5,00$	Sangat Setuju	5
$3,40 < x \leq 4,20$	Setuju	4
$2,60 < x \leq 3,40$	Netral	3
$1,80 < x \leq 2,60$	Tidak Setuju	2
$1,00 < x \leq 1,80$	Sangat tidak Setuju	1

(Sumber : Masri. 2009. *Metode Penelitian Survei*)

Dalam pembahasan penelitian ini akan dijelaskan tentang rata-rata tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel secara keseluruhan serta jumlah responden yang memberikan jawaban terhadap masing-masing indikator variabel. Untuk lebih jelasnya, maka berikut ini merupakan hasil dari tanggapan responden dari masing – masing variabel, sebagai berikut:

1. Analisis Tanggapan Responden atas *Brand Image*

Merupakan tanggapan responden atas keyakinan dan kesan yang terbentuk oleh terhadap jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya

Berdasarkan dari hasil jawaban kuisioner yang kembali dan telah diisi oleh responden mengenai *brand image* atas jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Atas Brand Image

Indikator Variabel	Frekuensi					Total Skor	N	Mean
	STS	TS	N	S	SS			
Butir BI 1	0	0	24	63	13	389	100	3,89
Butir BI 2	0	2	23	57	18	391		3,91
Butir BI 3	0	1	54	36	9	353		3,53
Butir BI 4	0	1	42	41	16	372		3,72
Butir BI 5	0	5	42	38	15	363		3,63
Butir BI 6	0	2	45	49	4	355		3,55
Total	0	11	230	284	75	2.223		3,71

(Sumber : Lampiran. 3 Diolah)

Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan rata-rata tanggapan responden tentang *brand image* mereka terhadap jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya menyatakan setuju. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 3,71. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3,40 < x \leq 4,20$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju.

Kondisi ini menunjukkan umumnya konsumen pengguna jasa pengiriman pada PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya memiliki image yang positif pada perusahaan pengiriman tersebut. Karena PT J&T Express dianggap sudah ada diseluruh pelosok daerah di Indonesia dengan harga yang murah. Responden juga menganggap pelayanan yang diberikan oleh PT J&T Express telah sesuai dengan harapan, mereka dengan mudah dapat mengakses untuk kontak dengan *customers service* jasa J&T Express, pengiriman barang yang cepat sampai sehingga mereka merasa puas.

2. Analisis Tanggapan Responden atas Kualitas Jasa

Merupakan tanggapan responden berkaitan dengan persepsi mereka atas tingkat pelayanan yang diberikan PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya yang selama ini mereka terima.

Berdasarkan dari hasil jawaban kuisioner yang kembali dan telah diisi oleh responden mengenai kualitas jasa yang diberikan oleh PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya sebagai berikut :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Atas Kualitas Jasa

Indikator Variabel	Frekuensi					Total Skor	N	Mean
	STS	TS	N	S	SS			
Butir KJ 1	0	0	40	47	13	373	100	3,73
Butir KJ 2	0	0	37	52	11	374		3,74
Butir KJ 3	0	1	13	53	33	418		4,18
Butir KJ 4	0	19	52	28	1	311		3,11
Butir KJ 5	0	1	18	63	18	398		3,98
Butir KJ 6	1	24	48	26	1	302		3,02
Butir KJ 7	1	13	47	33	6	330		3,30
Butir KJ 8	0	8	60	27	5	329		3,29
Butir KJ 9	0	7	46	38	9	349		3,49
Butir KJ 10	0	14	53	30	3	322		3,22
Total	2	87	414	397	100	3.506		3,51

(Sumber Data : Lampiran 3 Diolah)

Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan rata-rata tanggapan responden tentang kualitas jasa yang diberikan oleh jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya menyatakan setuju. Hasil ini diindikasikan dengan

nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 3,51. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3,40 < x \leq 4,20$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju.

Kondisi ini menunjukkan umumnya konsumen menganggap pelayanan yang diberikan oleh PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya telah baik. mereka menganggap selama ini PT J&T Express selalu memenuhi janji yang diberikan sesuai dengan jenis layanannya yang cepat dan tepat dan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Responden juga menganggap PT J&T Express memiliki karyawan yang ramah sopan bersedia membantu pelanggan yang mengalami kesulitan. Disamping itu responden juga percaya bahwa karyawan J&T Express memiliki integritas serta kemampuan dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan keinginan mereka.

3. Analisis Tanggapan Responden atas Loyalitas Pelanggan

Merupakan tanggapan responden berkaitan dengan komitmen atau perilaku mereka untuk menggunakan jasa pada PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya secara berulang-ulang sehingga membangun kesetiaan mereka pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan dari hasil jawaban kuisisioner yang kembali dan telah diisi oleh responden mengenai loyalitas mereka pada PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya sebagai berikut :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Atas Loyalitas Pelanggan

Indikator Variabel	Frekuensi					Total Skor	N	Mean
	STS	TS	N	S	SS			
Butir LP 1	1	7	39	45	8	352	100	3,52
Butir LP 2	0	5	44	42	9	355		3,55
Butir LP 3	0	8	43	41	8	349		3,49
Butir LP 4	0	0	42	51	7	365		3,65
Butir LP 5	0	6	52	39	3	339		3,39
Total	1	26	220	218	35	1.760		3,52

(Sumber : Lampiran. 3 Diolah)

Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan rata-rata tanggapan responden tentang loyalitas mereka menggunakan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya menyatakan setuju. Hasil ini diindikasikan dengan nilai rata-rata tanggapan responden sebesar 3,52. Dalam interval kelas termasuk dalam kategori $3,40 < x \leq 4,20$, yang menunjukkan responden memberi nilai setuju.

Kondisi ini mencerminkan bahwa umumnya pelanggan merasa pelayanan yang dilakukan oleh PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya telah baik sehingga menjadikan mereka bersedia untuk melakukan transaksi berulang pada perusahaan tersebut, mereka juga mau untuk merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain untuk menggunakan jasanya ketika akan melakukan pengiriman barang serta tidak terpengaruh adanya tawaran dari perusahaan lain untuk beralih dari pelanggan PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.

C. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel *Brand Image*

Variabel *brand image* ini diukur dengan enam item pernyataan. Hasil pengujian yang telah dilakukan tampak pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Brand Image

Indikator Brand Image	Pearson Correlation	Tingkat Sig	Keterangan
Butir BI 1	0,424	0,000	Valid
Butir BI 2	0,556	0,000	Valid
Butir BI 3	0,594	0,000	Valid
Butir BI 4	0,606	0,000	Valid
Butir BI 5	0,566	0,000	Valid
Butir BI 6	0,491	0,000	Valid

(Sumber data : Lampiran 4 Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *brand image* mempunyai memiliki signifikansi uji korelasi dibawah 0,05 dengan angka kritis *r product moment* yang lebih besar dari pada nilai kritis sebesar 0,30 sehingga kuesioner yang disebarkan dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa

Variabel kualitas jasa ini diukur dengan sepuluh item pernyataan. Hasil pengujian yang telah dilakukan tampak pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Uji
Validitas Variabel Kualitas Jasa**

Indikator Kualitas Jasa	Pearson Correlation	Tingkat Sig	Keterangan
Butir KJ 1	0,484	0,000	Valid
Butir KJ 2	0,590	0,000	Valid
Butir KJ 3	0,560	0,000	Valid
Butir KJ 4	0,329	0,003	Valid
Butir KJ 5	0,328	0,005	Valid
Butir KJ 6	0,556	0,000	Valid
Butir KJ 7	0,479	0,000	Valid
Butir KJ 8	0,444	0,000	Valid
Butir KJ 9	0,664	0,000	Valid
Butir KJ 10	0,594	0,000	Valid

(Sumber data : Lampiran 4 Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas jasa mempunyai memiliki signifikansi uji korelasi dibawah 0,05 dengan angka kritis *r product moment* yang lebih besar dari pada nilai kritis sebesar 0,30 sehingga kuesioner yang disebarkan dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel loyalitas pelanggan ini diukur dengan lima item pernyataan. Hasil pengujian yang telah dilakukan tampak pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Indikator Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	Tingkat Sig	Keterangan
Butir LP 1	0,669	0,000	Valid
Butir LP 2	0,563	0,000	Valid
Butir LP 3	0,628	0,000	Valid
Butir LP 4	0,549	0,000	Valid
Butir LP 5	0,564	0,000	Valid

(Sumber data : Lampiran 4 Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan mempunyai memiliki signifikansi uji korelasi dibawah 0,05 dengan angka kritis *r product moment* yang lebih besar dari pada nilai kritis sebesar 0,30 sehingga kuesioner yang disebarkan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel

dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. (Ghozali, 2013:42).

Dari hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11
Nilai Alpha Cronbach Masing Masing Variabel

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Brand Image	0,624	0,60	Reliabel
Kualitas Jasa	0,658	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,640	0,60	Reliabel

(Sumber: Lampiran 4 diolah)

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel lebih besar 0,60 yang berarti butir-butir pernyataan dari seluruh variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

D. Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu persamaan regresi harus bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi beberapa asumsi dasar (Klasik)

Berdasarkan hasil Uji Asumsi Klasik yang telah dilakukan diperoleh hasil, sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan *kolmogorav-Sminrnov* berikut :

Tabel 4.12
Kolmogorov Smirno

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,47348509
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,057
	Negative	-,037
Kolmogorov-Smirnov Z		,572
Asymp. Sig. (2-tailed)		,899

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Lampiran 5 diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar $0,899 > 0,050$, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian

2. Pengujian Heterokedaktisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas dengan uji spearman's rho, sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas Dalam Bentuk Log Natural

Variabel	Probabilitas	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,742	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Jasa	0,936	Bebas Heteroskedastisitas

(Sumber : Lampiran 5 Diolah)

Berdasarkan pada table di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *probabilitas (Sig (2 – tailed))* pada seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,05, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau bisa disebut juga dengan bebas dari Heteroskedastisitas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

3. Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Hasil pengujian multikolinieritas yang telah dilakukan nampak pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilain Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Brand Image	0,750	1,334	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Jasa	0,750	1,334	Bebas Multikolinieritas

(Sumber : Lampiran 5 diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel masing-masing lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu *brand image*, kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan secara linier. Hasil pengujian regresi yang telah dilakukan nampak pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,484	1,730		,280	,780
Brand Image	,242	,077	,257	3,140	,002
Kualitas Jasa	,335	,050	,553	6,761	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

(Sumber data : Lampiran 5)

Berdasarkan data tabel di atas persamaan regresi yang didapat adalah:

$$Y = 0,484 + 0,242X_1 + 0,335X_2$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Besarnya nilai konstanta (a) adalah 0,484 memperlihatkan bahwa jika variabel bebas yang terdiri dari *brand image*, kualitas jasa tidak ada perubahan atau sebesar = 0, maka loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya akan sebesar 0,484.
- b. Koefisien regresi *brand image* (b_1) menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel tersebut dengan loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* yang tertanam dalam benak pelanggan akan semakin meningkatkan loyalitas mereka pada jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.

- c. Koefisien regresi kualitas jasa (b_2) menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel tersebut dengan loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas jasa yang diberikan akan semakin meningkatkan loyalitas mereka pada jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.

F. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Secara Simultan

a. Uji F

Dalam penelitian ini pengujian secara simultan menggunakan uji F, yaitu untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya .

Adapun prosedur pengujian yang digunakan, sebagai berikut :

- Jika $\text{Sig F} > 0,05$, menunjukkan variabel *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Jika $\text{Sig F} < 0,05$, menunjukkan variabel *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian yang telah dilakukan tampak pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16
Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	227,055	2	113,528	51,233	,000 ^b
Residual	214,945	97	2,216		
Total	442,000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa, Brand Image

(Sumber : Lampiran 5)

Berdasarkan tabel diatas tingkat signifikan uji $F = 0,000 < 0,05$ (*level of signifikan*), yang mengindikasikan bahwa pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Kondisi ini menunjukkan bahwa naik turunnya loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh seberapa baik *brand image* serta kualitas jasa yang diberikan oleh PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase kontribusi variabel *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Hasil pengujian yang telah dilakukan tampak pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4.17
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 ^a	,514	,504	1,48860

a. Predictors: (Constant), Kualitas Jasa, Brand Image

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

(Sumber : Lampiran 5)

Hasil pengujian tersebut di atas diketahui R square (R^2) sebesar 0,514 menunjukkan sumbangan atau *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya sebesar 51,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 51,4\% = 48,6\%$) disumbang oleh faktor lain.

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara *brand image* dan kualitas jasa secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,717 menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara simultan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya memiliki hubungan yang erat sebesar 71,7%.

2. Pengujian Parsial

a. Uji t

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria pengujian yang digunakan, sebagai berikut :

- Jika $\text{sig } t > 0,05$, menunjukkan variabel *brand image* dan kualitas jasa secara parsial tidak berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan.
- Jika $\text{sig } t < 0,05$, menunjukkan variabel *brand image* dan kualitas jasa secara parsial berpengaruh *signifikan* terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian uji t dan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel *brand image* dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya nampak pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Analisis Uji t

Variabel	Sig	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,002	Signifikan
Kualitas Jasa	0,000	Signifikan

(Sumber Data : Tabel 15 Diolah)

Dari tabel tabel diatas selanjutnya dapat diuraikan pengaruh masing-masing model penelitian terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya sebagai berikut :

1. Uji pengaruh variabel *brand image* terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian diperoleh tingkat signifikan variabel *brand image* sebesar $0,002 < \alpha = 0,050$ (*level of signifikan*). Kondisi ini memperlihatkan pengaruh variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya adalah signifikan.

2. Uji pengaruh variabel kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian diperoleh tingkat signifikan variabel kualitas jasa sebesar $0,000 < \alpha = 0,050$ (*level of signifikan*). Kondisi ini memperlihatkan pengaruh variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya adalah signifikan.

G. Pembahasan

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas akan memiliki loyalitas yang lebih besar, yang memungkinkan kesempatan untuk melakukan pembelian atas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan di masa depan.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah harapan setiap perusahaan, hal ini karena loyalitas pelanggan akan membuat perusahaan mampu bertahan bahkan dapat meningkatkan keuntungan dari perusahaan tersebut. Loyalitas

pelanggan terhadap suatu pelayanan dilandasi oleh faktor-faktor tertentu diantaranya *brand image* dan kualitas jasa.

Dari hasil analisis statistik yang telah dilakukan menunjukkan *brand image* dan kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Kondisi ini juga mencerminkan bahwa naik turunnya tingkat loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya ditentukan seberapa baik *brand image* serta kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Hasil ini juga didukung dengan tingkat koefisien korelasi sebesar 71,7% menunjukkan hubungan antara variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya sangat erat.

1. **Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil pengujian menunjukkan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Kondisi memperlihatkan semakin baik image PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya yang melekat dalam benak pelanggan akan semakin meningkatkan loyalitas mereka pada perusahaan tersebut

Image yang diyakini oleh konsumen terhadap suatu merek sangat bervariasi tergantung pada persepsi masing-masing individu. Saat ini masyarakat mulai terbuka wawasannya mengenai kualitas dan performance atas suatu produk. Melalui citra yang baik, perusahaan dapat menarik

perhatian pasar agar tertarik terhadap keberadaan perusahaan dan produknya. Semakin baik citra suatu perusahaan maka produk dan jasanya relatif lebih bisa diterima pelanggan daripada sebuah perusahaan yang tidak mempunyai citra. Perusahaan yang memiliki citra positif di mata konsumen cenderung *survive* pada masa kritis, walaupun menderita kerugian jumlah nominalnya jauh lebih kecil dibanding perusahaan yang citranya kurang baik, penyebabnya karena dimasa krisis masyarakat melakukan pengetatan keuangan, mereka akan lebih selektif dalam mengkonsumsi dan memilih yang secara resiko memang aman. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto dan Iriani (2013) yang dimana citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. **Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil pengujian menunjukkan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman PT J&T Express (kantor Cabang Perak Timur) Surabaya. Kondisi ini menunjukkan sebaik baik layanan jasa yang diberikan akan membuat konsumen yang merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Kualitas layanan yang baik dan maksimal akan cenderung dapat membuat konsumen semakin loyal. Mayoritas pelanggan yang memutuskan untuk tetap loyal dalam menggunakan jasa pengiriman barang semata-mata karena didorong oleh pelayanan yang diterimanya dan konsumen tersebut merasa puas atas pelayanan yang diterimanya. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Tjiptono (2009;94) yang menyatakan bahwa loyalitas

konsumen juga dipengaruhi oleh kemampuan dari sumber daya manusia yang dipekerjakan di perusahaan jasa. Perusahaan jasa menggunakan karyawan yang mampu dan ahli dalam bidangnya akan menimbulkan kesetiaan konsumen perusahaan jasa yang bersangkutan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) yang dimana kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.