

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang

Teguh Priyo Sudarmo^{1*}, Tri Sudarwanto²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari
Jl. Irian Jaya No.55 Tebuireng, Cukir, Kec. Diwek, Kab. Jombang
Teguhpriyo1111@gmail.com

Abstract

This research aims to investigate the influences of service quality and price toward the customers' loyalty in PT. Pos Indonesia (Persero), which located in Jombang. The method used in this research is qualitative, by non-probability sampling technique, with 100 respondents. The results show: (1) Service quality in PT. Pos Indonesia (Persero) which located in Jombang had been applied well. However, it must be improve to be better for the next services, in order to create positive image of the company itself. (2) The prices in PT. Pos Indonesia (Persero) which located in Jombang had been applied well. However, the company must improve the effort to cultivate companys' vission, mission, and goal to stabilize the fixed price. Company must establish such bonding to all customers by giving prizes to them. (3) Customers' loyalty of PT. Pos Indonesia (Persero) which located in Jombang had been applied well. However, the company must pay greater attention to what customers' need.

Keywords: Service quality; Price; Customers' loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Pt. Pos Indonesia (persero) kantor Pos Jombang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik Non probability sampling dengan jumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang sudah diterapkan dengan baik. Namun, pelayanan perlu diberi yang lebih baik lagi dalam kualitas layanan untuk kepentingan perusahaan. (2) Harga pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang sudah diterapkan dengan baik. Namun, perusahaan perlu meningkatkan upaya dalam penanaman visi, misi, tujuan perusahaan untuk bisa menstabilkan tarif harga yang telah ditentukan. Perusahaan juga perlu mempererat ikatan dengan para pelanggan dengan cara memberikan hadiah pada pelanggan. (3) Loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang sudah diterapkan dengan baik. Namun, perusahaan perlu lebih memperhatikan pelanggan dengan apa yang dibutuhkan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan; Harga; Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Bisnis pengiriman barang di Indonesia setiap tahun semakin meningkat dengan banyaknya bisnis online shop pada saat ini. Meningkatnya perkembangan teknologi, aktivitas usaha jual beli online melalui internet semakin menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Bisnis online saat ini membutuhkan jasa pengiriman barang sebagai patner yang untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang. Menurut Atmaja, dkk., (2019) Jasa adalah suatu produk dimana kita bisa melihat dan merasakan kegunaannya akan tetapi tidak bisa kita miliki. Menurut Bulan, (2016) Jasa adalah perbuatan atau tindakan yang di tawarkan kepada orang ke lain orang berupa sifat tidak terwujud atau terwujud yang menghasilkan sesuatu. Jadi jasa adalah tindakan / kinerja yang dapat ditawarkan pada satu orang kepada orang lainnya tidak berdasarkan wujud atau tidak ada kepemilikan apa pun. Menurut atmaja, dkk.,(2019). jasa ekspedisi adalah jasa yang bergerak di pengiriman barang. Jasa ekspedisi secara umum adalah segala sesuatu yang di selenggarakan dan dilaksanakan sendiri atau bersama di organisasi untuk memberikan pelayanan secara cepat dan mudah.

Tingkatnya permintaan masyarakat Indonesia terhadap layanan jasa ekspedisi akan saat mempengaruhi persaingan pada perusahaan yang sama. Sehingga perusahaan jasa ekspedisi berlomba – lomba untuk meningkatkan kualitas layanan dan bersaing harga untuk mendapat laba, tidak laba jasa perusahaan menginginkan pelanggan juga loyal terhadap perusahaan. Jasa bisa dikaitkan dengan produk nyata, akan tetapi juga tidak berwujud produk bentuk nyata (Suwandi, 2016). Perusahaan menyediakan jasa pengiriman barang dengan kualitas layanan tinggi dan harga lebih terjangkau yang bisa bersaing serta meningkatkan target pengiriman jasa ekspedisi cepat waktu sehingga konsumen bisa berulang

Kualitas layanan ditentukan sebagai perbandingan yang dibuat untuk pelanggan dengan harapannya tentang layanan dan persepsi sesuai apa yang telah di jalankan oleh jasa pengiriman (Saty, N. L. 2019). Menurut Shartykarin, S., dkk. (2016) kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara apa yang mereka harapkan dengan kenyataan atas layanan yang mereka terima. Menurut Yohana, (2017) kualitas layanan memiliki tiga dimensi yaitu bukti fisik,

kehandalan , daya tanggap , Selain kualitas layanan, ada juga harga yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Menurut Saputri, (2019) harga adalah jumlah uang yang pelanggan tukarkan untuk memiliki atau menggunakan suatu jasa atau barang. Menurut Hermawati, dkk, (2019) harga merupakan moneter ukuran nilai yang dapat ditukar untuk memiliki atau memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang. Harga sangat diperhatikan oleh setiap pelanggan untuk sebelum melakukan pembelian barang atau jasa. Menurut Saputri, (2019) harga memiliki 4 indikator yaitu terjangkau harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian harga dengan manfaat. Pada tingkat suatu harga yang dikeluarkan, pelanggan dapat merasakan manfaat jasa yang telah dipakainya.

pelanggan yang loyalitas adalah salah satu tujuan akhir pada perusahaan karena pelanggan yang loyal dapat menjamin bertahannya suatu perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Bulan, (2016) loyalitas adalah pelanggan terhadap perusahaan berharap untuk melakukan berlangganan atau pembelian secara berulang terus menerus pada produk di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dari usaha perusahaan lain dalam memasarkan jasanya mempunyai potensi menyebabkan mengubah perilaku pelanggan untuk memilih produk atau jasa lainnya. Menurut Atmaja, dkk, (2018) loyalitas pelanggan adalah suatu perilaku pembelian yang positif yang menunjukkan pada perusahaan dengan melakukan secara teratur, berkesimbangan dan konsisten serta berulang-ulang dalam melakukan pembelian kurun waktu yang lama. Menurut Winata & Fiqri, (2017) ada beberapa indikator yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu repeat, retention dan referral.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan HRD dan karyawan pada Pos Indonesia adalah sebuah pelayanan jasa ekspedisi yang melakukan berbagai inovasi yang salah satunya dalam transformasi layanan berbasis teknologi tinggi berupa kantor virtual. Pos Indonesia juga memperluas jaringannya dengan melakukan tempat titik baru atau tempat agen Pos baru didaerah. sehingga Perhitungan pengiriman dan biaya ongkos lebih murah.

Terdapat permasalahan yang sering terjadi di variabel kualitas yaitu bukti fisik (Tangible) yang terdapat suatu permasalahan dimana keluhan pelanggan tentang kinerja Pos Indonesia sering kali di meremehkan pengirimannya dan kurang cepat dalam kinerja dari system Pos Indonesia. Pelanggan sering keluhan tentang kurangnya responsif layanan online di situs resmi Pos Indonesia, seperti web Pos yang sering tidak di update, serta pengiriman tanpa nomor tracking number membuat pelanggan susah mengetahui barang yang dikirimkan sampai mana. kemudian pelanggan sering kali mengeluh tentang pengiriman barang.

Harga juga mempengaruhi loyalitas pelanggan, dimana terjangkau harga mengalami permasalahan dimana harga untuk kirim dari wilayah kecamatan dan pusat berbeda harga. Adapun juga kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa ada permasalahan dimana harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan pada pelanggan, yang menyebabkan pelanggan beralih ke ekspedisi lainnya. Di samping itu daya saing harga terdapat permasalahan

Loyalitas Pelanggan juga terdapat permasalahan yang terjadi seperti halnya Repeat dimana mereka menggunakan jasa tersebut mengalami ketidakpuasan pelayanan jasa dan mereka memilih tidak akan kembali lagi menggunakan jasa itu lagi. Disisi lain permasalahannya ada di retention dimana banyak nya pelanggan yang pindah ke ekspedisi lainnya dan pelanggan Pos mengalami penurunan.

Berdasarkan latar belakang di tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang".

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada umumnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Jenis penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode asosiatif merupakan sebuah hasil jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif yang menanyakan tentang

hubungan antara dua variabel atau lebih yang digunakan oleh peneliti (Sugiyono, 2017:64). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Peneliti menentukan jumlah sampel sebesar 100 orang, yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan pengambilan sampel diatas, dimana pengambilan sampel ini tidak melanggar aturan penentuan sampel karena pada point a menjelaskan jumlah sampel antara 30 sampai 500.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di kabupaten Jombang didominasi oleh menunjukkan bahwa dari 100 responden, persentase terbanyak adalah responden dengan wirausaha sebanyak 38 responden dan terendah pada lainnya sebesar 12 responden.

Karakteristik responden berdasarkan Penggunaan Pengirim bahwa responden yang menggunakan penggunaan pengirim presentase terbanyak pada <5 kali dengan jumlah 33 responden dan paling rendah >15 kali dengan jumlah 13 responden

Berdasarkan pengolahan data diatas didapat dari kuesioner yang telah di sebar ke responden yang terdapat 9 item pernyataan hasil dari jawaban responden diperoleh pernyataan semua dalam kategori tertinggi. Hasil ini menunjukkan bahwasannya setiap indikator pada variabel kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia(Persero)kantor POS Jombang.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang di olah peneliti, menunjukkan bahwa kualitas layanan yang di tawarkan terhadap pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang. termasuk kategori tinggi, dan hasil rata-rata keseluruhan variabel kualitas layanan adalah 82.3. Maka hal ini dapat dibuktikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kantor Pos yang berupa pelayanan yang cepat, harga bersaing dan harga sesuai kualitas masih tergolong penting dalam menentukan keputusan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pengolahan data dari kuesioner yang telah di sebar ke responden, yang terdapat 5 item pernyataan pernyataan hasil dari jawaban responden diperoleh pernyataan semua dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwasannya pada setiap indikator variabel harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang di olah peneliti, menunjukkan bahwa harga yang di PT. Pos Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang terhadap loyalitas pelanggan termasuk kategori tinggi, dan hasil rata-rata keseluruhan variabel harga adalah 81.6. Maka hal ini dapat dibuktikan bahwa harga yang diberikan Pos Indonesia (persero) yang berupa kesesuaian harga dengan kualitas produk, Keterjangkauan harga, daya saing hargadan kesesuaian harga dengan manfaat masih penting dalam menentukan keputusan loyalitas pelanggan

Berdasarkan pengolahan data di dapat dari kuesioner yang telah di sebar ke responden yang terdapat 6 item pernyataan hasil dari jawaban responden diperoleh pernyataan semua dalam kategori tinggi . Hasil ini menunjukkan bahwasannya setiap indikator pada variabel loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi keputusan loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang.

Berdasarkan yang di dapat disimpulkan bahwa rata-rata keseluruhan jawaban dari setiap responden untuk variable loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori tinggi karena rata-rata keseluruhan pernyataan adalah 79.3 artinya dapat dibuktikan bahwa loyalitas pelanggan yang diberikan Pos Indonesia (persero) yang berupa Repeat, Retention, dan Refferal masih penting dalam menentukan keputusan loyalitas pelanggan pada PT. POS Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tidak valid atau validnya instrument penelitian. Suatu instrument bisa di katakana valid bisa dilihat dari nilai r_{hitung} dan

r_{tabel} jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dapat dikatakan valid. Hasil validitas bisa dilihat dari tabel dibawah.

Tabel 1

Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
X1.1	0,781	0,196	Valid
X1.2	0,822	0,196	Valid
X1.3	0,800	0,196	Valid
X1.4	0,747	0,196	Valid
X1.5	0,752	0,196	Valid
X1.6	0,781	0,196	Valid
X1.7	0,819	0,196	Valid
X1.8	0,740	0,196	Valid
X1.9	0,742	0,196	Valid

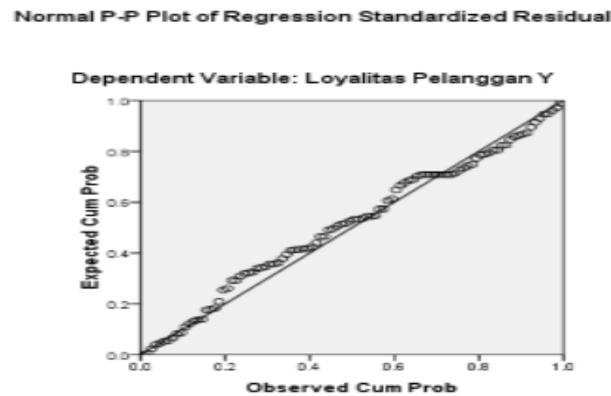
Sumber: Data diolah peneliti 2020

Dari tabel hasil uji validitas di atas dapat dilihat $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , ini menunjukkan bahwa kuesioner yang sudah di sebar sudah valid karena $> 0, 196$. Dimana r_{tabel} dari 100 adalah 0, 196. Jika lebih kecil dari r_{tabel} maka dinyatakan tidak valid.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji data yang disebar terdistribusi dengan normal atau tidak normal. Pengujian normalitas dengan uji normal probability plot. Apabila data dibidang normal jika data, ada titik-titik menyebar disekeliling garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal. Untuk mengetahui data normal atau tidak normal bisa dilihat melalui gambar plot sebagai berikut:



Gambar 1. Normal Probability Plot

Uji Multikolenieritas

Uji ini bertujuan menghitung nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada variabel independen dengan didasarkan pada ketentuan nilai Variance Inflation Factor < 10, nilai toleransi > 0,10.

Disimpulkan kualitas pelayanan dan harga didapatkan nilai toleransi sebesar 0,561 > 0,10 serta nilai Variance Inflation Factor 1,781 < 10, maka disimpulkan bebas dari multikolinieritas. Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 2
 Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	3.127	1.585				1.973
X1 Kualitas Layanan	.275	.062	.417	4.436	.000	.361	1.781
X2.Harga	.476	.120	-.373	3.974	.000	.361	1.781

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji tersebut dapat ditunjukkan dari pola pada grafik scatterplot antara ZPRED dan ZRESID. Pengambilan keputusan terhadap grafik tersebut menunjukkan tidak ada kejelasan pola, serta titik yang menyebar di atas serta di bawah sumbu Y dari angka 0, jadi tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini bertujuan melihat hubungan variabel X dan Y. Dapat disimpulkan bahwa:

$$a = 3.127$$

Jika variabel kualitas X1 dan X2 bernilai nol, jadi loyalitas pelanggan sebesar 3.127

$$b_1 = 0.275$$

Nilai koefisien menunjukkan sebesar 0.001. hubungan terhadap loyalitas pelanggan (Y), jika kualitas layanan (X1) mengalami kenaikan 1 kesatuan, jadi loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0.275 dan variabel lainnya tetap.

$$b_2 = 0.476$$

Koefisien sebesar 0.476. Nilai koefisien menunjukkan hubungan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Artinya adalah jika harga (X2) menunjukkan kenaikan 1 kesatuan, jadi loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0.476, begitu sebaliknya dan variabel lainnya tetap.

Hasil Uji t (Parsial)

Uji parsial bertujuan mengetahui tidak adanya pengaruh parsial pada harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Uji parsial ditentukan dengan nilai signifikansi nilai t hitung dengan nilai t tabel.

Tabel 3

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.127	1.585		1.973	.051		
X1 Kualitas Layanan	.275	.062	.417	4.436	.000	.361	1.781
X2.Harga	.476	.120	-.373	3.974	.000	.361	1.781

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Dari data tabel di atas variabel kualitas layanan (X1) diperoleh t hitung $0.275 < t \text{ tabel } 1.98447$ dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$, ini

berarti bahwa bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan kualitas layanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Tabel di atas variabel harga (X2) diperoleh t Hitung $0,476 < t$ tabel 1.98447 dengan nilai signifikan $0,000$ yang artinya $> 0,05$, Ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Hasil Uji f (Simultan)

Uji simultan bertujuan menguji variabel independen dan variabel dependen pengaruh secara bersama-sama, untuk dibandingkan hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Tabel 4
Hasil Uji f (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	744.962	2	372.481	52.379	.000 ^b
Residual	689.788	97	7.111		
Total	1434.750	99			

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual
b. Predictors: (Constant), X2.KUADRAT, X1.KUADRAT

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Berdasarkan di atas dapat dilihat nilai F_{hitung} $52.379 >$ dari F tabel 3.09 dengan nilai sig 0.000 yang artinya nilai signifikan < 0.05 , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di PT. POS Indonesia (Persero) kantor POS Jombang.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian R^2 determinansi bertujuan mengetahui apakah bersama-sama dapat menerangkan variasi dependen.

Tabel 5

Hasil Determinasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.519	.509	2.66669	1.659

LKSikcsdlkfdnkiknewkle

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber: Data diolah peneliti 2020

Dari hasil uji R^2 di atas nilai yang dijadikan acuan R^2 adalah nilai pada Adjusted R square yaitu sebesar 0,526 artinya variabel kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 52.6% sedangkan sisanya 48,4% dipengaruhi pada variabel yang lain.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang

Berdasarkan hasil pengelolaan data menyatakan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang. Pertanyaan tersebut di kuatkan pada indikator keandalan bahwa PT. Indonesia mampu menjaga barang yang dikirim yang artinya tanggung jawab yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia tidak diragukan pelanggan, bahwa kecepatan pengiriman barang terjamin dan perlindungan barang terjamin sampai di tangan pelanggan.

Beberapa indikator yang perlu di maksimalkan yaitu kecepatan terhadap masalah yang timbul, update dan promosi mengenai kemudahan pelanggan dalam mengakses informasi tentang barang yang dikirim. Kualitas layanan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang pengguna adalah pelajar/mahasiswa dan wirausaha, yang mana responden tersebut paham atas kualitas layanan yang baik, nyaman, aman dan terjangkau.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saty (2019) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan jasa barbielaundry signifikan pada kualitas pelayanan. . Bulan (2016) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada

PT. Tiki jalur nugraha eka kurir agen kota langsa. Shartykarini, dkk (2016). kualitas layanan berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan studi pengunjung cafe dibanjarbaru.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang

Hasil pengelolaan data menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang. Data responden yang mendukung menyatakan item yang menyatakan harga yang ditawarkan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang bersaing dengan jasa pengiriman lainnya. Harga yang ditawarkan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang menjangkau tingkat kemampuan pelanggan dan tawaran harga yang berkerja sama dengan e-commerce pelanggan mendapat keuntungan potongan harga pengiriman hingga gratis ongkos pengiriman. Sesuai pengguna jasa pengiriman yang mayoritas adalah pelajar/mahasiswa dan para wirausaha yang memiliki tingkat pengetahuan mengenai perbandingan harga pengiriman.

Mengutip hasil penelitian ini sejalandengan penelitian yang dilakukan oleh Winata & Fiqri (2017) yang menyatakan bahwa Harga dan kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hotel Emersiadi Bandar Lampung. Saputri (2019) Pengaruh yang positif terhadap harga di grab semarang. Hidayat, dkk (2019) harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Secara Simultan Terhadap Kualitas Pelanggan

Memaparkan hasil pengolahan data yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Layanan dan harga Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang. bahwa rata-rata keseluruhan jawaban dari setiap responden untuk variable loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori tinggi karena rata-rata keseluruhan pernyataan adalah 79.3 kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di PT. POS Indonesia (Persero) kantor POS Jombang. dapat dibuktikan

bahwa loyalitas pelanggan yang diberikan Pos Indonesia (persero) yang berupa *Repeat, Retention, dan Refferal* masih penting dalam menentukan keputusan loyalitas pelanggan pada PT. POS Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang.

Menggunakan dukungan peneliti sebelumnya yaitu Hidayat, dkk (2019) yang menyatakan Kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan didukung peneliti oleh Saputri (2019) yang menyatakan bahwa Pengaruh yang Positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y).

PENUTUP

Hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa: Kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang. Artinya jika kualitas layanan meningkat maka loyalitas pelanggan akan meningkat juga atau sebaliknya, jika kualitas layanan menurun maka loyalitas pelanggan juga akan menurun. Harga berpengaruh secara parsial terhadap terhadap loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Jombang. Artinya jika harga meningkat maka loyalitas pelanggan akan meningkat juga, jika harga menurun maka loyalitas pelanggan juga akan menurun. Kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Pos Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang. Artinya kualitas layanan dan harga bersama-sama memberikan kontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) kantor Pos Jombang. Jadi, apabila kualitas layanan dan harga meningkat maka loyalitas pelanggan kantor Pos Jombang juga akan meningkat, sebaliknya jika apabila kualitas layanan dan harga menurun maka loyalitas pelanggan kantor Pos Jombang juga akan menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Eka kurir Agen Kota Langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan, vol.5, no.2, 5(2)*, 592–602.
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito. (2019). Analisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal akrab juara Volume 4 Nomor 4 Edisi, 4(November)*, 118–129.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication Vol. 10, No. 1, Hal. 46-53, 10(1)*, 46–53.
- Saty, N. L. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa barbielaundry di Bandar Lampung. Skripsi Dipublikasikan. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Shartykarin, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016). Pengaruh harga kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 4, Nomor 1, 4(1)*.
- Sugiyono, (2017). *Statistika Untuk Penelitian Bandung* : CV. Alfabeta.
- Suwandi, Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh kualitas layanan, harga dan citramerek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Pos ekspres di kantor Pos bondowoso dan situbondo. *Jurnal JEAM Vol XIV*, 68–88.
- Valien, K., Atmaja, W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT . Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 10 No. 1, 10(1)*, 12–23
- Winata A., & Fiqri, I. A. (2017). Pengaruh harga dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan hotel emersia di bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No.02, 03(02)*, 133–149.
- Yohana, G. L. A. L. A. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan medin beauty). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 3 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 5*