

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ERA PANDEMI COVID-19

By Rinda Pramesti

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ERA PANDEMI COVID-19
(Studi PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta)**

11

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER
LOYALTY IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMI
(Study of PT. Pos Indonesia Yogyakarta Branch)***

Rinda Aprilia Pramesti
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
Email : rindaaprilias50@gmail.com

Niken Widyastuti, S.E., M.M
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta
Email : widyastuti_niken@ymail.com

2

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta. (2) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta. (3) Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.

2

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang memakai jasa PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta dengan total 108.000 pelanggan yang diambil per 3 tahun terakhir dan diambil sampel sebanyak 100 pelanggan sebagai responden penelitian dengan penentuan jumlah ³ dilakukan dengan rumus slovin. Teknik sampling yang digunakan yakni aksidental. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Dan ¹⁸ teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan deskripsi data, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan kualitas produk era pandemi covid-19 pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta secara simultan atau bersama-sama terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, kualitas produk, loyalitas pelanggan.

Abstract

This study aims to ¹⁵ determine: (1) The effect of service quality on customer loyalty PT. Pos Indonesia Yogyakarta branch. (2) The effect of product quality on customer loyalty of PT.

Pos Indonesia Yogyakarta branch. (3) *The effect of service quality and product quality partially on customer loyalty PT. Pos Indonesia Yogyakarta branch.*

This research is a quantitative research. The population in this study are customers who use the services of PT. Pos Indonesia Yogyakarta branch with a total of 108,000 customers taken in the last 3 years and a sample of 100 customers was taken by research respondents with the determination of the number using the slovin formula. The sampling technique used is accidental. Data collection techniques using a questionnaire or questionnaire. And the data analysis techniques in this study used data descriptions, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis and hypothesis testing.

The results of this study indicate that the quality of service and product quality in the era of the covid-19 pandemi at PT. Pos Indonesia Yogyakarta branch partially or jointly proved to have a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Pos Indonesia Yogyakarta branch

Keywords : Service quality, product quality, customer loyalty.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Terjadinya pandemi covid-19 yang berdampak pada dunia industri salah satunya di industri jasa pengiriman. Dimana dengan adanya kebijakan pemerintah yakni Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) menyebabkan pembatasan aktivitas masyarakat hingga pada akhirnya mereka dengan terpaksa mengubah gaya hidupnya dari *offline* ke *online*. Kondisi ini menyebabkan banyaknya perusahaan maupun warung-warung kecil memutuskan untuk menutup usahanya atau gulung tikar.

Tetapi hal ini berbanding terbalik dengan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Dikarenakan masyarakat lebih banyak melakukan kegiatan di rumah dan tidak melakukan aktivitas pembelian langsung karena adanya pengurangan aktivitas dari pemerintah untuk menghindari penyebaran virus tersebut. Sehingga mereka melakukan pembelian barang melalui *platform online*, hal tersebut menjadi keuntungan bagi jasa kurir pengantar barang. Salah satunya PT. Pos Indonesia yakni “Badan Usaha Milik Negara” (BUMN) yang beroperasi dalam bidang jasa pengiriman. Dikarenakan banyak toko-toko *online* yang berjualan pada *platform E-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, JD.ID dan lainnya menjalankan kerja sama dengan perusahaan jasa pengiriman untuk mempermudah mereka dalam melakukan distribusi barang kepada konsumen.

22

Berdasarkan latarbelakang diatas, tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta di era pandemi covid-19.

RUMUSAN MASALAH

2

1. Seberapa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta?
2. Seberapa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta?
3. Seberapa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta?

LANDASAN TEORI

12

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, Tjipto (2016).

B. Pengukuran Kualitas Pelayanan

37

Tjiptono (2018) *servqual* memiliki 5 unsur pengukuran kualitas pelayanan, yaitu:

1. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan yaitu kekuatan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan akurat sejak awal pertama.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berarti kemampuan dan kesiapan karyawan perusahaan dalam memberikan pelayanan untuk membantu pelanggan dengan cepat dan tanggap sesuai kebutuhannya.

3. Jaminan (*Assurance*)

23

Jaminan merupakan wawasan, sikap, serta kemampuan karyawan dalam meningkatkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).

4. Empati (*Empathy*)

Empati yaitu perusahaan memperdulikan permasalahan para pelanggannya serta melakukan tindakan untuk kepentingan pelanggan, dan memberikan perhatian secara personal terhadap pelanggan serta mempunyai jam operasional yang baik.

29

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik berkaitan dengan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan mulai dari fasilitas layanan, sumber daya manusianya, perlengkapan dan peralatan

C. Kualitas Produk

14

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas (*quality*) adalah totalitas dari karakteristik suatu produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan tersirat.

4

Menurut David dalam (Triana et al., 2017) ada delapan dimensi kualitas barang atau jasa yang berkaitan dengan kualitas produk adalah :

a. Daya guna (*performance*)

Yaitu aspek fungsional yang merupakan karakteristik suatu barang sebagai bahan pertimbangan pelanggan ketika menggunakan atau membelinya.

b. Keistimewaan (*features*)

4

Sudut pandang kedua dari performan yang bermanfaat untuk menambah fungsi dasar, yang berkaitan dengan produk dan peningkatannya.

c. Keandalan (*reliability*)

Merupakan kemungkinan suatu produk atau barang tersebut bisa melakukan fungsinya ketika dipakai dalam kondisi tertentu dan periode waktu tertentu.

d. Kepastian spesifikasi (*conformance*)

Merupakan kesesuaian produk terhadap spesifikasinya serta sesuai dengan keinginan pelanggan.

e. Masa pakai (*durability*)

Merupakan usia ekonomis suatu barang atau masa pakai barang tersebut.

f. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)

Merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan baik jasa maupun barang secara kompeten, cepat, akurat, dan mudah demi menciptakan dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik.

g. Estetika (*aesthetics*)

Ciri khas yang sifatnya subyektif terhadap nilai estetika sebagai pertimbangan pribadi atau pilihan individu.

4

h. *Fit and finish*

Merupakan perasaan pelanggan terhadap produk tersebut yang menganggap sebagai produk yang berkualitas.

D. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan merupakan kesetiaan masyarakat dalam menggunakan barang atau jasa secara berkelanjutan dan merekomendasikan ke orang lain

Menurut Tjiptono (2011) dalam (Triana et al., 2017) loyalitas dapat di ukur dengan 3 indikator, yaitu:

1. Repeat

Pelanggan melakukan pembelian secara berulang dan tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh orang lain..

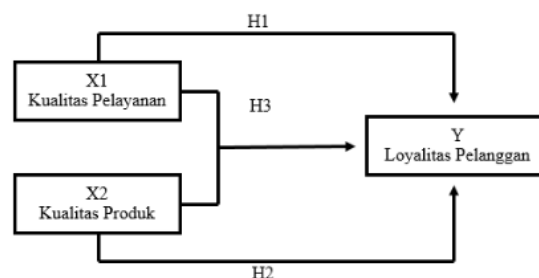
2. Retention

Adanya ketersediaan produk untuk mempertahankan pelanggan, sehingga ketika pelanggan membutuhkan produk tersebut barang selalu ada hal ini merupakan upaya untuk mempertahankan pelanggan

3. Referral

Ketika jasa yang digunakan memuaskan, maka pelanggan pelanggan akan merekomendasikan ke orang lain jika mendapatkan kepuasan terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan begitu juga sebaliknya.

E. Kerangka Pikir



Gambar 1 Kerangka Pikir

2
Keterangan :

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Kualitas Produk

Y : Loyalitas Pelanggan

- : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Bersama-sama Atau Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan
- : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan

F. Hipotesis Penelitian

- H₁ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.
- H₂ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.
- H₃ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

A. Tempat Penelitian

Dilaksanakan di PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta yang terletak di Jl. Panembahan Senopati No.2, Prawirodirjan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini peneliti menggunakan obyek penelitian primer dan sekunder, dimana obyek penelitian primer merupakan data yang didapatkan secara langsung saat melakukan penelitian. sedangkan obyek penelitian sekunder yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung dan diperoleh melalui internet, buku, jurnal dan lain sebagainya.

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yakni penelitian kuantitatif merupakan akibat atau dampak yang ternilai, mengamati dan meninjau dengan data yang berbentuk angka dan analisisnya menggunakan statistik.

D. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan yang memakai jasa PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta dengan total 108.000 pelanggan per 3 tahun terakhir 2019 hingga 2021.

2. Sampel dan Metode Pengambilan

Teknik untuk mengambil sampel menggunakan aksidental dimana ketika peneliti bertemu dengan siapapun dengan ketidaksengajaan dan dirasa memenuhi kriteria bisa digunakan sebagai sampel karena teknik ini merupakan pemilihan sampel berdasar kebetulan.

Penentuan jumlah sampel bisa dilakukan dengan rumus Slovin, rumus ini dipakai dalam memutuskan ukuran sampel dan populasi yang sudah didapat. Dan tingkat presisi untuk menentukan sampel yakni 10% karena populasinya dalam jumlah besar serta adanya keterbatasan waktu dan biaya.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini:

$$n = \frac{108.000}{1 + 108.000 (0,1)^2} = 99,90$$

Total responden yang didapat sejumlah 99,90 dan dibulatkan jadi 100 responden.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yaitu kuesioner (angket) dengan menyodorkan beberapa runtutan pertanyaan terbuka atau tertutup dalam bentuk tertulis terhadap responden secara langsung atau melalui media internet.

3
Tabel 1 Pengukuran Skala Ordinal Pernyataan Positif

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

F. Definisi Operasional Variabel

16
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Adapun definisi operasional variabel dan skala pengukurannya yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

45
Tabel 2 Operasional Variabel

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam memuaskan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan produk dan jasa yang mereka miliki.	<i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i> <i>Tangibles</i>	Ordinal
2	Kualitas Produk (X ₂)	Merupakan kemampuan suatu produk atau jasa berdasar kemampuan dan manfaatnya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang menggunakannya.	<i>Performance</i> <i>features</i> <i>reliability</i>	Ordinal
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	Merupakan kesetiaan masyarakat dalam menggunakan barang atau jasa secara berkelanjutan dan merekomendasikan ke orang	<i>Repeat</i> <i>Referral</i>	Ordinal

		lain		
--	--	------	--	--

11

G. Teknik Analisis Data

6

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif data, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastisitas, selanjutnya analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji koefisiensi determinasi (R^2), uji signifikansi simultan (uji t_{hitung}) dan uji signifikansi simultan (uji f_{hitung}).

27

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Dimana untuk responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini responden perempuan lebih besar dari pada responden laki-laki dengan jumlah perempuan 75 orang dan laki-laki 25 orang. Dilihat dari rentang usia responden terbesar 46 orang berusia 21-25 tahun. Disusul responden dengan rentang usia 36-40 tahun sebanyak 20 orang, selanjutnya usia 26-30 sebanyak 11 orang, setelah itu responden berusia 31-35 tahun sebanyak 8 orang, kemudian rentang usia 15-20 orang sebanyak 6 orang, responden dengan usia lebih dari 45 tahun sebanyak 6 orang dan yang terakhir responden dengan usia 41-45 tahun sebanyak 3 orang. Sedangkan jika dilihat dari sisi pekerjaan responden terbesar berprofesi sebagai karyawan dengan jumlah presentase sebesar 43% kemudian disusul mahasiswa/pelajar sebesar 37% dan lain sebagainya sebanyak 20%.

B. Deskripsi Variabel

Hasil Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 3 Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta memiliki klaim asuransi jika terdapat barang yang hilang dan mengalami kerusakan	4.24	Sangat Tinggi
2	PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta sudah meminimalisir keterlambatan dan kehilangan dalam proses pengiriman barang	4.02	Tinggi

3	Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta mampu berkomunikasi dengan baik dan bersedia membantu sesuai kebutuhan pelanggan	4.31	Sangat Tinggi
4	Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta mampu memberikan pelayanan yang cepat, benar dan tepat	4.06	Tinggi
5	Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta dalam memberikan pelayanan selama pandemi covid-19 selalu mematuhi protokol kesehatan	4.56	Sangat Tinggi
6	Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta bekerja secara professional dan berpengalaman	4.15	Tinggi
7	Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan ramah dan sopan serta dapat dipercaya.	4.22	Sangat Tinggi
8	Karyawan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan pelanggan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan	4.00	Tinggi
9	PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta memiliki fasilitas dan peralatan yang lengkap untuk mendukung pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.	3.92	Tinggi
	Total	4.16	Tinggi

Dari hasil rekapitulasi pada variabel kualitas pelayanan skala interval yang diperoleh yakni sebesar 4,16 dengan kategori tinggi.

Tabel 4 Hasil Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Pengiriman barang menggunakan produk layanan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta cepat dan tepat waktu	3.72	Tinggi
2	Jenis produk layanan yang ada di PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta sangat bervariasi sehingga mampu memenuhi kebutuhan pelanggan	4.16	Tinggi
3	Produk layanan keuangan PT. Pos sangat memudahkan saya dalam melakukan berbagai pembayaran	4.01	Tinggi
4	Tarif pengiriman di PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta relatif ekonomis/terjangkau	4.06	Tinggi
5	Produk kiriman paket pos memiliki keunggulan pengiriman cepat dan ongkir hemat	3.72	Tinggi
	Total	3.93	Tinggi

Dari hasil rekapitulasi pada variabel kualitas produk skala interval yang diperoleh yakni sebesar 3,93 dengan kategori tinggi.

Tabel 5 Hasil Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Saya selalu menggunakan layanan PT. Pos dalam pengiriman surat, paket maupun pembayaran keuangan	3.25	Tinggi
2	Setelah saya menggunakan produk layanan PT Pos saya tidak menggunakan produk layanan jasa pengiriman lain	2.75	Sedang
3	Saya merekomendasikan kepada teman, keluarga untuk menggunakan layanan Pos dalam berbagai kebutuhan pengiriman barang maupun pembayaran yang berkaitan dengan keuangan seperti (angsuran, pajak, wesel, pensiun dll).	3.69	Tinggi
	Total	3.23	Sedang

Dari hasil rekapitulasi pada variabel loyalitas pelanggan skala interval yang diperoleh yakni sebesar 3,23 dengan kategori sedang.

C. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ¹)	X.1	0,569	Instrumen valid Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 = 100 - 2 = 98$ pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
	X.2	0,537		Valid
	X.3	0,686		Valid
	X.4	0,715		Valid
	X.5	0,522		Valid
	X.6	0,637		Valid
	X.7	0,711		Valid
	X.8	0,662		Valid
	X.9	0,738		Valid
Kualitas Produk (X ²)	X.1	0,637		Valid
	X.2	0,633		Valid
	X.3	0,795		Valid

	X.4	0,747		Valid
	X.5	0,816		Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y.1	0,655		Valid
	Y.2	0,639		Valid
	Y.3	0,659		Valid

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa bahwa seluruh nilai item pertanyaan dan pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan loyalitas pelanggan dikatakan valid. Hal ini karena nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} sehingga semua item pernyataan dari ketiga variabel dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

30
Tabel 7 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's alpha if item deleted	Nilai Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan	9	0,887	0,6	Reliabel
Kualitas Produk	5	0,664	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	3	0,800	0,6	Reliabel

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan item pertanyaan dari tiga variabel yakni kualitas pelayanan, kualitas produk dan loyalitas pelanggan dinyatakan kredibel dan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai *cronbach's alpha if item deleted* lebih besar dari nilai standar yakni 0,6

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2.24258613
	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.223
a. Test distribution is normal		
b. Calculated from data		

Dengan melihat data diatas dimana nilai signifikansi lebih besar dari α $0,223 > 0,1$ Sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolineritas

Tabel 9 Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.809	1.668		6.481	.000		
	Kualitas Pelayanan	.198	.066	.245	2.990	.004	.442	2.262
	Kualitas Produk	1.326	.108	1.009	12.325		.442	2.262

a. Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan

Dari data diatas menunjukan bahwa nilai VIF dari kedua variabel lebih kecil $2,262 <$

26

10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan	Unstandarized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1 . 100	.586** 0 100	.511** 0 100	.408** 0 100
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.586** 0 100	1 . 100	.896** 0 100	.229* .021 100
	Loyalitas Pelanggan	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.511** 0 100	.896** 0 100	1 . 100	.572** 0 100
	Unstandarized Residual	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	.408** 0 100	.229* .021 100	.572** 0 100	1 . 100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Dari data diatas bisa dilihat bahwa nilai signifikansi pada kualitas pelayanan sebesar $0,408 > 0,1$, pada kualitas produk sebesar $0,229 > 0,1$ dan pada loyalitas pelanggan sebesar $0,572 > 0,1$. Maka dari itu bisa diambil kesimpulan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.809	1.668		6.481	.000

Kualitas Pelayanan	.198	.066	.245	.2.99	.004
Kualitas Produk	1.326	.108	1.009	12.325	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan					

1. Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 10.809 maka dapat diartikan jika terjadi kenaikan pada variable independent yakni kualitas pelayanan dan kualitas produk maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada PT. Pos cabang Yogyakarta sebagai variabel dependent.
2. Nilai koefisien pada variable kualitas pelayanan (X_1) bernilai positif sebesar 0,198 sehingga bisa diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.
3. Nilai koefisien pada variable kualitas produk (X_2) bernilai positif sebesar 1,326 sehingga bisa diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 12 Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.704	2.265
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan				

Dari data diatas didapatkan nilai *Adjusted R Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,704 yang artinya pengaruh variabel independent X_1 dan X_2 yakni kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel dependent Y loyalitas pelanggan sebesar 70,4%.

2. Uji T

Tabel 13 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.809	1.668		6.481	.000
	Kualitas Pelayanan	.198	.066	.245	.2.99	.004
	Kualitas Produk	1.326	.108	1.009	12.325	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Pada variabel kualitas pelayanan diketahui nilai t_{hitung} 2,990 dan nilai t_{tabel} 0,1654 yang artinya $t_{hitung} 2,990 > t_{tabel} 0,1654$ dan nilai signifikansinya $0,004 < 0,1$ artinya diterima. Sehingga variabel kualitas pelayanan X_1 berpengaruh positif terhadap variabel dependent Y yakni loyalitas pelanggan.

Pada variabel kualitas produk diketahui nilai t_{hitung} 12,325 dan nilai t_{tabel} sebesar 0,1654 yang artinya $t_{hitung} 12,325 > t_{tabel} 0,1654$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,1$ artinya diterima. Sehingga variabel kualitas produk X_2 berpengaruh positif terhadap variabel dependent Y yakni loyalitas pelanggan.

3. Uji F

Tabel 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1227.952	2	613.976	119.64	.000 ^b
	Residual	502.919	98	5.132		
	Total	1730.871	100			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Pada variabel loyalitas pelanggan diatas diketahui nilai f_{hitung} 119,641 > f_{tabel} 2,140 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,1$ artinya diterima. Maka variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan (Y).

8

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis dan pembahasan :

1. Kualitas pelayanan di era pandemi covid-19 pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta terbukti terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari sini bisa diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi. Maka dari itu kualitas pelayanan pada PT. Pos Indonesia era pandemi covid-19 memiliki tingkat kegunaan yang tinggi.
2. Kualitas produk era pandemi covid-19 pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka bisa diartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi. Maka dari itu kualitas produk pada PT. Pos Indonesia era pandemi covid-19 memiliki tingkat kegunaan yang tinggi.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk era pandemi covid-19 pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta secara simultan atau bersama-sama terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta.

2. Saran

Setelah melakukan penelitian ini peneliti memberikan saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi perusahaan dimana berdasarkan analisis data yang telah dilakukan

1. PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang mengedepankan konsep pelayanan yang bisa menciptakan rasa nyaman dan bangga terhadap PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta sehingga bisa tercipta rasa kepercayaan yang tinggi di benak para pelanggan dan tercipta loyalitas pelanggan.

2. PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta sebaiknya terus meningkatkan kualitas produk dengan selalu melakukan inovasi produk yang menarik sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memiliki karakteristik tersendiri sehingga membedakan dari perusahaan jasa pengiriman lain dengan mengikuti perkembangan teknologi agar pelanggan senantiasa tertarik dan selalu menggunakan produk pos secara berulang sehingga tercipta loyalitas pelanggan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlani, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos. *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan*.
- Akbar, M. (2021). Gaet Pasar E-commerce di Indonesia, Pos Indonesia Jalin Kerjasama Dengan JD.ID. Jakarta: JD News. diperoleh dari https://www-jd-id.cdn.ampproject.org/v/s/www.jd.id/news/corporatenews/gaet-pasar-e-commerce-di-indonesia-pos-indonesia-jalin-kerjasama-dengan-jd-id/amp/?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#aoh=16453454431935&ref./diakses pada 1 Desember 2021.
- Catrina, E. (2020). Aktivitas Belanja *Online* Meningkat Drastis, Ini Sebabnya. Jakarta: Kompas.com. diperoleh dari https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/money/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-online-meningkat-drastis-ini-sebabnya?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#aoh=16500759144296&csi=1&referrer=https%3A%2F%2Fwww.diakses pada 27 Oktober 2020
- David, D. L. (2019). *Kualitas Manajemen*. Jakarta: Prenhallindo.
- Deni, S. (2018). E-commerce Jadi Penyelamat Bisnis *PT Pos*. Jakarta: Liputan6.com. diperoleh dari https://m.liputan6.com/bisnis/read/3709344/e-commerce-jadi-penyelamat-bisnis-pt-pos?utm_source=Mobile&utm_medium=copy-link&utm_campaign=Share_Hanging./diakses pada 22 November 2018
- Ekarina. (2020). PT Pos Perkuat Layanan Digital, Pengiriman Paket Naik 61% Saat Pandemi. Jakarta: Katadata.com. diperoleh dari https://katadata-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/katadata.co.id/amp/ekarina/brand/5f59112dc7e2e/pt-pos-perkuat-layanan-digital-pengiriman-paket-naik-61-saat-pandemi?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D#aoh=16500737731272&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fkatadata.co.id%2Fekarina%2Fbrand%2F5f59112dc7e2e%2Fpt-pos-perkuat-layanan-digital-pengiriman-paket-naik-61-saat-pandemi./diakses pada 9 September 2020

- Farhan, M., & Ariyanti, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Layanan Saat Pandemi Covid-19 (studi Kasus Layanan Jasa Pengiriman Jne). *eProceedings of Management*, 8(6).
- Pancawati, D. (2021, April 03). *Kebangkitan Jasa Ekspedisi di Tengah Pandemi*. Retrieved from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/metro/2021/04/18/kebangkitan-jasa-ekspedisi-di-tengah-pandemi> diakses pada 18 april 2018
- Petri, M. M. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). *Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin*.
- Philip Kotler, G. A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Titissari, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (persero) Kediri. *Skripsi, UNY*.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Velarosdela, R. N. (2021, Februari 3). *11 Bulan Pandemi Covid-19, Pelaku Usaha Gulung Tikar Hingga Pegawai Bioskop Jemput Bola Cari Penonton*. Retrieved from Kompas.com: https://amp-kompas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kompas.com/megapolitan/read/2021/02/03/17450231/11-bulan-pandemi-covid-19-pelaku-usaha-gulung-tikar-pegawai?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACAw%3D%3D%3D#amp_tf=Dari%20%251%24s&hwww.google.com

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ERA PANDEMI COVID-19

ORIGINALITY REPORT

31%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet	163 words — 4%
2	eprints.uny.ac.id Internet	142 words — 4%
3	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet	86 words — 2%
4	www.researchgate.net Internet	51 words — 1%
5	ejournal.unsrat.ac.id Internet	36 words — 1%
6	repository.uhn.ac.id Internet	34 words — 1%
7	dspace.uii.ac.id Internet	32 words — 1%
8	media.neliti.com Internet	32 words — 1%
9	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet	27 words — 1%

10	repository.iainpare.ac.id Internet	27 words — 1%
11	core.ac.uk Internet	25 words — 1%
12	ncabet.conferences-binabangsa.org Internet	23 words — 1%
13	repository.iainpalopo.ac.id Internet	21 words — 1%
14	repository.stei.ac.id Internet	21 words — 1%
15	repository.stieipwija.ac.id Internet	21 words — 1%
16	jurnal.polibatam.ac.id Internet	20 words — 1%
17	journal.um-surabaya.ac.id Internet	19 words — 1%
18	jurnal-lp2m.umnaw.ac.id Internet	19 words — 1%
19	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	18 words — < 1%
20	www.slideshare.net Internet	18 words — < 1%
21	www.ssoar.info Internet	17 words — < 1%

openjournal.unpam.ac.id

22	Internet	16 words — < 1 %
23	repository.unmuhpnk.ac.id Internet	16 words — < 1 %
24	umbulharjokec.jogjakota.go.id Internet	16 words — < 1 %
25	Siti Kamijah, Sri Rahayu Pudjiastuti, Mohamad Sutisna. "Pemahaman Materi Hak Asasi Manusia dan Perilaku Kekerasan dengan Kesadaran Hukum Siswa", Jurnal Citizenship Virtues, 2021 Crossref	15 words — < 1 %
26	eprints.ums.ac.id Internet	15 words — < 1 %
27	repository.stieykpn.ac.id Internet	15 words — < 1 %
28	www.jptam.org Internet	15 words — < 1 %
29	journal.widyadharma.ac.id Internet	14 words — < 1 %
30	Muhammad Emil S Nugraha. "Pengaruh Kinerja Pegawai Terhadap Efektivitas Organisasi Pada Kantor Kecamatan Dusun Selatan Kabupaten barito selatan", Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi, 2020 Crossref	12 words — < 1 %
31	jurnal.pancabudi.ac.id Internet	12 words — < 1 %

32	litapdimas.kemenag.go.id Internet	12 words — < 1%
33	ojs.jurnalrekaman.com Internet	12 words — < 1%
34	repository.bakrie.ac.id Internet	12 words — < 1%
35	repository.radenintan.ac.id Internet	12 words — < 1%
36	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	11 words — < 1%
37	eprintslib.ummgl.ac.id Internet	11 words — < 1%
38	positori.usu.ac.id Internet	11 words — < 1%
39	Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGGAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PT. BPR PRIMA MULTI MAKMUR)", Jurnal Ekonomi Integra, 2021 Crossref	10 words — < 1%
40	adoc.pub Internet	10 words — < 1%
41	ejournal.upbatam.ac.id Internet	10 words — < 1%
42	jurnal.jiemap.net Internet	10 words — < 1%

43	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id Internet	10 words — < 1%
44	repository.ub.ac.id Internet	10 words — < 1%
45	wariheryanto.blogspot.com Internet	10 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES

EXCLUDE MATCHES

OFF

< 10 WORDS