

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. SOLUSI TRANSPORTASI INDONESIA**

Adek Arya Prasetya

aryaprasetya257@gmail.com

Gilang Wardana

wardanagilang60@gmail.com

Riffal Armanda Waruwu

riffalarmanda28@gmail.com

Wardana Nasution

Wardananasutionwardana@gmail.com

Raya Rich Fanotona Gulo

richgulo84@gmail.com

Diwayana Putri Nasution

diwayanaputrinst@gmail.com

Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Pancabudi

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan di mediasi oleh kepuasan pelanggan pada PT. Solusi Transportasi Indonesia. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif dan pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis menentukan sampel di tetapkan besarnya yaitu 100 responden pelanggan PT. Solusi Transportasi Indonesia. Pengumpulan data dalam instrument ini menggunakan angket (Questioner). Teknin analisis data penelitian ini menggunakan SEM-PLS yang dibantu dengan software Smart-PLS Versi 3.0. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Solusi Transportasi Indonesia. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Solusi Transportasi Indonesia. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pegawai di PT. Solusi Transportasi Indonesia. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Solusi Transportasi Indonesia dengan menunjukkan pengaruh positif tetapi dan signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of e-service quality on customer loyalty at PT. Indonesian Transportation Solutions. This research approach uses an associative research approach and a quantitative research approach. In this study, the authors determine the sample size is set, namely 100 respondents from customers of PT. Indonesian Transportation Solutions. Collecting data in this instrument using a questionnaire (Questioner). This research data analysis technique uses SEM-PLS assisted by Smart-PLS Version 3.0 software. Based on the results of this study, it was obtained that the service quality variable had a positive and significant effect on consumer loyalty at PT. Indonesian Transportation Solutions. The service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Indonesian Transportation Solutions. The variable of customer satisfaction has a positive and significant effect on employee customer loyalty at PT. Indonesian Transportation Solutions. Consumer satisfaction mediates the effect of service quality on consumer loyalty at PT. Indonesian Transportation Solutions by showing a positive but significant impact.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia usaha, bisnis, instansi pemerintahan, dan berbagai institusi lain. Implementasi teknologi informasi dan komunikasi yang kian meluas, telah memberikan banyak manfaat yang juga telah berimplikasi luas, terkait loyalitas pelanggan, kualitas layanan yang makin membaik dan dirasakan masyarakat atau pelanggan .

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GRAB kini telah tumbuh menjadi on-demand mobile platform dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan on-demand lainnya .

GRAB adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2010, Grab merupakan sebuah perusahaan yang memanfaatkan transportasi roda dua dan roda empat melalui demand mobile platform dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan on-demand lainnya .

Perusahaan selangkah demi selangkah semakin cepat karena layanan yang diberikannya. Salah satu layanan yang diberikan adalah melalui kualitas layanan elektronik untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman produk dan layanan yang efisien dan efektif. Melalui kualitas layanan elektronik, diharapkan kepuasan pelanggan dapat meningkat dan tentunya menciptakan pelanggan setia. Kualitas layanan elektronik sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan setia dan berencana untuk buyback

Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya. Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku pelanggan dan memberikan kualitas sistem dan pelayanan yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas .

Permasalahan yang terjadi terkait kepuasan pelanggan berkaitan dengan akses pelayanan yang kurang memuaskan, hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan Grab tidak merata untuk seluruh tempat. Kualitas sistem berhubungan dengan pelayanan atau mutu dari produk yang ditawarkan kepada mereka. Keputusan pembelian pelanggan, maka keputusan pembelian pelanggan mempunyai tingkat masing-masing tergantung dari apa yang mereka peroleh. Jika yang pelanggan peroleh memenuhi apa yang diharapkan maka akan merasa puas, jika yang diperoleh dibawah apa yang diharapkan maka akan merasa kecewa dan jika yang diperoleh diatas apa yang mereka harapkan maka akan merasa sangat senang .

Pada Grab masih rendahnya komunikasi pemasaran terhadap pelanggan dimana terkadang driver Grab berbeda dari tampilan yang difoto aplikasi dengan kenyataan yang ada. Hal ini akan menyebabkan ketidakpercayaan pelanggan terhadap driver tersebut. Kualitas jasa adalah jasa yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian survey dengan mengambil sampel dari populasi yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori yang memiliki

tujuan untuk menguraikan hubungan sebab ataupun akibat antara variabel dan hipotesis untuk memperkuat penelitian (M. I. Nasution et al., 2020). Penelitian ini termasuk dalam kelompok penelitian kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kausal adalah penelitian yang digunakan untuk melihat apakah peran variabel bebas dengan variabel terikat memiliki pengaruh satu sama lain (Wicaksono, 2015). Menurut (Juliandi et al., 2014) di dalam penelitian kuantitatif permasalahan awal tidak ditemukan tetapi akan ditemukan setelah peneliti turun ke lapangan, bila peneliti memperoleh suatu masalah baru maka peneliti harus meneliti permasalahan kembali hingga semua permasalahan telah jenuh dan terjawab. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan dari PT. Solusi Transportasi Indonesia.. Dalam penelitian ini penulis menentukan sampel di tetapkan besarnya yaitu 100 responden. Dalam penelitian ini data akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yaitu SEM PLS (Structural Equational Modelling) bertujuan melakukan analisis jalur (path). Analisis ini sering disebut dengan generasi kedua dari analisis multivariate. Analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan bisa melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas sedangkan model structural digunakan untuk pengujian hipotesis dengan model prediksi (uji kausalitas).

Tujuan penggunaan SEM PLS untuk melakukan prediksi. Prediksi yang dilakukan adalah prediksi hubungan antar konstruk dan juga untuk membantu peneliti memperoleh nilai variabel laten untuk pemprediksian. Variabel laten ialah linear agregat dari indikatornya. Weight estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten ditemui berdasarkan inner model (model structural yang menghubungkan antara variabel laten) dan model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstraknya (outer model). Hasilnya ialah residual variance dari variabel dependen kedua variabel laten dan indikator diminimumkan. PLS merupakan metode analisis yang penuh dikarenakan tidak berdasarkan banyaknya asumsi dan data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio bisa digunakan pada model yang sama). Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software Smart PLS versi 3.0.

Ada tahapan golongan untuk menganalisis SEM-PLS. Berikut adalah model dan langkah langkah menganalisis data penelitian model SEM-PLS :

1. Analisis Model Pengukuran (outer model)

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak dijadikan pengukuran (validitas dan reliabilitas). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya.

- a) construct reliability and validity (Validitas dan reliabilitas konstruk)
- b) Discriminant validity (validitas diskriminan)
- c) Composite reliability
- d) Cronbach's Alpha

2. Analisis Model Struktural (inner model)

Analisis inner model biasanya disebut dengan (inner relation, structural model, dan substantive theory) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten yang didasarkan pada substantive theory.

- a) R-square
- b) F-square
- c) Uji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis bisa dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu menggunakan nilai statistik untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan ataupun penolakan hipotesis adalah H_a diterima H_0 ditolak disaat t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak ataupun menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai probabilitas $< 0,05$.

HASIL

Hasil Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner yang dibagikan melalui kuesioner kepada responden dan sebanyak 100 kuesioner didistribusikan. Dari jumlah tersebut sebanyak 100 kuesioner dapat kembali.

Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM PLS (Structural Equational Modelling) dengan menggunakan Smart-PLS 3.0. Data akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan statistik yaitu SEM-PLS yang bertujuan menganalisis jalur. Berikut gambar hasil model struktural yang dibentuk dari perumusan masalah :

Analisis Model Pengukuran (outer model)

Model pengukuran adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya (Juliandi, 2018). Ada dua perhitungan yaitu Construct Reliability and Validity dan Discriminant Validity.

Construct Reliability and Validity

Pengujian untuk mengukur kehandalan suatu konstruk. Dengan skor konstruk kehandalan $>0,6$ maka composite reliability memiliki nilai cukup tinggi.

Tabel 1. Construct Reliability and Validity

Variabel	Composite Reliability
Kualitas pelayanan (X1)	0,848
Kepuasan pelanggan (Z)	0,718
Loyalitas pelanggan (Y)	0,838

Berdasarkan sajian data diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel penelitian memiliki nilai cronbach's alpa dan composite reliability $>0,6$, yang berarti setiap variabel yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel.

Discriminant Validity

Menguji sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lain (konstruk unik). Dalam menguji discriminant validity untuk melihat nilai terbaik yaitu dengan melihat nilai Average Variant Extracted (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus $> 0,5$ untuk model yang baik (Ghozali,2017)

Tabel 2. Discriminant Validity

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas pelayanan (X1)	0.624
Kepuasan pelanggan (Z)	0.542
Loyalitas pelanggan (Y)	0.565

Nilai AVE variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan $> 0,5$, maka dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki discriminant validity yang baik.

Analisis Inner Model (Analisis Model Pengukuran Struktural)

Analisis inner model biasanya disebut juga inner relation, structural model, dan substantive theory. Analisis model structural akan menganalisis hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan untuk melihat hubungan diantaranya :

R- Square

(Juliandi, 2018) mengatakan r- square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang akan dipengaruhi yaitu endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya yaitu eksogen untuk melihat apakah model ini baik atau buruk.

1. Jika nilai R- square = 0.75 maka model adalah kuat.
2. Jika nilai R- square = 0.50 maka model adalah sedang.
3. Jika nilai R- square = 0.25 maka model adalah lemah.

Tabel 3. R- square

Variabel	R Squar e	R Square Adj
Loyalitas pelanggan(Y)	0.641	0.452
Kepuasan pelanggan (Z)	0.694	0.665

Sumber : Data SEM PLS 3.00 (2022)

nilai R-Square yang diperoleh adalah 0.452 untuk variabel loyalitas pelanggan. nilai tersebut menginterpretasikan bahwa variabel kualitas pelayanan, tunjangan loyalitas pelanggan, hanya mampu menjelaskan varian loyalitas pelanggan sekitar 45.2%, dan nilai Adjust R-Square kepuasan pelanggan sebesar 0.665 nilai tersebut menginterpretasikan bahwa variabel kualitas pelayanan, tunjangan loyalitas pelanggan, hanya mampu menjelaskan varian kepuasan pelanggan sekitar 66.5% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel path coefficient berikut ini :

Tabel 5. Path Coefficient

Hipot esis	Variabel	T Statisti cs (O/ST DEV)	P Valu es	Coeffi cent
---------------	----------	--	-----------------	----------------

Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora
Volume 3 Nomor 1 (2024)

H1	(X1) -> (Y)	3.552	0.000	0,294
H3	(X1) -> (Z)	3.691	0.000	0.320
H5	(Z) -> (Y)	3.439	0.000	0.496
H6	(Z) (X1) -> (Y)	3.230	0.000	0,253

Sumber : Data SEM PLS 3.00 (2022)

Berdasarkan dari Tabel di atas menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan: Koefisien jalur = $3.552 > T\text{-Tabel} = 2,036$ artinya, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Solusi Transportasi Indonesia adalah positif dan signifikan.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan : Koefisien jalur = $3.691 > T\text{-Tabel} = 2,036$ artinya, pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan.

Pembahasan

Hasil temuan dalam penelitian ini yaitu mengenai hasil penelitian terhadap kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya.

Pengaruh Kualitas pelayanan Elektronik Terhadap Loyalitas pelanggan

Dari hasil analisis data diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena dengan menjalankan kualitas pelayanan maka proses mengamati suatu pelaksanaan dari keseluruhan aktivitas pemasaran untuk menjamin supaya seluruh tugas yang sedang dilaksanakan sesuai dengan perencanaan sebelumnya.

Kualitas layanan elektronik dapat didefinisikan sebagai mengevaluasi Pelanggan secara keseluruhan mengenai keuntungan dan kualitas pengiriman layanan elektronik di pasar virtual. Transportasi online adalah proses kompleks yang dapat dibagi menjadi berbagai sub-proses seperti navigasi, mencari informasi, transaksi online, atau interaksi pelanggan. Penelitian selama dua dekade terakhir telah menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi keputusan konsumsi, tetapi baru-baru ini temuan ini telah diterapkan pada perdagangan elektronik (e-commerce). Saat ini, sistem e-commerce

semakin dikenal masyarakat luas. Popularitas tersebut mampu meningkatkan transaksi komersial dengan sangat tajam.

Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi keuntungan bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh kepada tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan (Sunarto, 2006)

Permasalahan yang terjadi terkait kepuasan pelanggan berkaitan dengan akses pelayanan yang kurang memuaskan, hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan Grab tidak merata untuk seluruh tempat. Pada umumnya pelayanan Grab lebih sering berada pada kawasan bisnis di Kota Medan, namun tidak jarang juga banyak driver Grab yang dengan sengaja membatalkan orderan pelanggan apabila tujuannya terlalu jauh dari lokasi awal.

Kualitas sistem pelayanan perusahaan yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggannya serta kebutuhannya. Dengan demikian pihak perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan berusaha memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan (Peter, & Jerry, 2013).

Kualitas sistem berhubungan dengan pelayanan atau mutu dari produk yang ditawarkan kepada mereka. Keputusan pembelian pelanggan, maka keputusan pembelian pelanggan mempunyai tingkat masing-masing tergantung dari apa yang mereka peroleh. Jika yang pelanggan peroleh memenuhi apa yang diharapkan maka akan merasa puas, jika yang diperoleh dibawah apa yang diharapkan maka akan merasa kecewa dan jika yang diperoleh diatas apa yang mereka harapkan maka akan merasa sangat senang (Thamrin, 2012).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Lestari & Yulianto, 2018), (Foster. B, 2020), (Normasari, 2013), (Iskandar, & Nasution, 2019), (Sari, dkk, 2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

2. Pengaruh Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan

Dari hasil analisis data diketahui bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kepuasan konsumen maka akan berdampak pada loyalitas pelanggan semakin meningkat.

Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Kotler, 2010).

Kualitas jasa adalah kesesuaian jasa dengan kebutuhan pasar atau pelanggan. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan pelanggan, karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Peter & Olson, 2013).

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain Kualitas pelayanan, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku pelanggan tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai Superior kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Arianty, 2015), (Gultom & Jufrizen, 2016), (Azhar et al, 2018), (Azhar, & Jufrizen, 2017), (Radiman et al, 2018).

3. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Dimediasi Kepuasan pelanggan

Dari hasil analisis data diketahui bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik penerapan kepuasan pelanggan maka akan berdampak pada kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dihasilkan oleh kepuasan pelanggan digunakan untuk mendukung aktivitas manajemen.

Selain menciptakan produk yang memiliki kualitas baik, hal lainnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini penting dalam sebuah perusahaan karena akan berdampak langsung kepada perkembangan perusahaan.

Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi keuntungan bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dilakukan oleh perusahaan akan berpengaruh kepada tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan (Sunarto, 2006)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Kukuh, 2015), (Askari et al, 2014), (Hasanuddin, dkk, 2020)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1 Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Solusi Transportasi Indonesia.
- 2 Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Solusi Transportasi Indonesia.
- 3 Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pegawai di PT. Solusi Transportasi Indonesia.
2. Hasil dari pengujian keempat menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Solusi Transportasi Indonesia dengan menunjukkan pengaruh positif tetapi dan signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68–81. <https://doi.org/10.30596/jimb.v16i2.958>
- Askari, N., Rodhiyah, R., & Ngatno, N. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Bagian Service Pt. Nasmoco Gombel Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 243–252.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi* (1st ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azhar, M. E., & Jufrizen, J. (2017). The analysis of the tourist loyalty determinant in the area of toba lake. *International Journal of Recent Scientific Research*, 8(10), 20826–20832.
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2018). The Role Of Marketing Mix And Service Quality On Tourist Satisfaction And Loyalty At Samosir. *Journal Of Tourism*, 26.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Qiara Media.
- Foster. B. (2020). Pengaruh Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (OVO). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 48–56.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM 23* (Edisi Pert). Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Gultom, D. K., & Jufrizen, J. (2016). Nilai Nilai Islam sebagai Variabel Moderating pada

- Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Swasta di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 35–47.
- Hasan. A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasu Pilihan*. Jakarta: Caps.
- Hasanuddin, M. R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 39–53.
- Irawan. H. (2009). *10 Prinsip Motivasi belanja*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Iskandar, D., & Nasution, I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 28–137. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3590>
- Juliandi, A. (2018). Structural equatuion model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS. Batam: Universitas Batam.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kukuh Familiar, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8888>
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Lupiyoadi. R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 6(2), 77767.
- Peter. J. P., & Jerry C.O. (2013). *Perilaku Pelanggan dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Radiman, R., Gunawan, A., Wahyuni, S. F., & Jufrizen, J. (2018). The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Students' Satisfaction and Loyalty. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 95–105.
- Rosalina. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Andi.
- Sari, M., Prayogi, M. A., Jufrizen, J., & Nasution, M. I. (2020). Membangun Loyalitas Pelanggan Berbasis E-Service Quality Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Transportasi Online Grab-Car di Kota Medan). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 218–238.
- Stanton. W. J. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sumarno, S. (2016). Studi Mengenai Keputusan Pembelian Dengan Pendekatan Service Encounter, Service Convenience Dan Product Knowledge Yang Dimediasi Oleh Purchase Intention Pada Bengkel PT.Astra Internasional Daihatsu Sales Operation Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15(2), 93–106.
- Sunarto. (2006). *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta: Akademi Perusahaan YKPN.
- Thamrin. A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip,Penerapan,dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. F. (2013). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wijono, S. (2017). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Zulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual, Pendekatan Teoritis, dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.