

## **PENGARUH LOGISTIC SERVICE QUALITY TERHADAP SATISFACTION DAN LOYALTY DI PT TIKI JALUR NUGRAHA EKA KURIR**

**Denny Kusuma**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
[Kusuma\\_denny@rocketmail.com](mailto:Kusuma_denny@rocketmail.com)

**Abstrak**-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *logistic service quality* terhadap *satisfaction* dan *loyalty* dengan dimensi-dimensi *logistic service quality* yang dikemukakan oleh Yu-Kai Huang, Yi-Wei Kuo, dan Shi-Wei Xu, khususnya pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir berdasarkan persepsi pelanggan. Pengolahan data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* AMOS 20.0. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang sesuai dengan karakteristik populasi yang ditentukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebesar 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *logistic service quality* terhadap *satisfaction*, *logistic service quality* terhadap *loyalty*, dan *satisfaction* terhadap *loyalty* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

**Kata kunci** : Kualitas layanan logistik, kepuasan, loyalitas

**Abstract**- The purpose of this research is for knowing and analyzing the influence of logistic service quality toward satisfaction and loyalty with the dimensions of logistic service quality which are suggested by Yu-Kai Huang, Yi-Wei Kuo, and Shi-Wei Xu, especially at PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir based on the customer's perception. The data tabulation is processed with Structural Equation Modeling (SEM), using software AMOS 20.0. The sampling technique in this research is using non probability sampling that is convenience sampling. The data is acquired directly from the respondent that appropriate with the population characteristic, determined by spreading the questioners. This research is using sample as much as 100 respondent. The result of this research showed the influence of logistic service quality on satisfaction, logistic service quality on loyalty, and satisfaction on loyalty PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

**Keywords** : Logistic service quality, satisfaction, loyalty

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis di Era globalisasi saat ini membuat perusahaan berkompetisi secara ketat, selain itu juga membuat setiap perusahaan menyusun kembali strategi dan taktiknya supaya dapat memenuhi segala k ebutuhan

masyarakat semakin terhadap produk dan jasa. Perdagangan adalah salah satu faktor pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi dapat meningkat apabila terjadi perdagangan dan pertumbuhan ekonomi yang meningkat dapat menciptakan perdagangan lainnya. Faktor utama untuk mendukung perdagangan di suatu tempat maka memerlukan transportasi. Maka tidak salah transportasi saat ini sudah sangat berkembang karena volume perdangan di Indonesia semakin meningkat. Jasa transportasi merupakan perencanaan transportasi logistik untuk memenuhi kebutuhan konsumen, usaha jasa pengiriman sangat diperlukan dalam perdagangan.

Pentingnya analisis kinerja dalam kualitas layanan logistik didalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Menurut Saura et. al (2008) dalam Sachin, Rakesh, dan Sudheer (2011) adalah kualitas layanan logistik sangat penting dan mempunyai dampak pada kepuasan pelanggan. Tidak hanya di Indonesia, bahkan setiap negara tidak dapat melepaskan perhatiannya dari industri logistik internasional yang semakin meningkat. Nilai bisnis logistik di Indonesia terus naik. Hal terbukti dari data-data yang disampaikan Asosiasi Perusahaan Jasa Ekspres Indonesia (Asperindo), nilai bisnis dari paket saja tahun ini bisa mencapai Rp 3,4 triliun, dan itu belum termasuk dokumen. (<http://industri.kontan.co.id>). Saat ini, banyak perusahaan logistik multinasional yang berpangsa pasar di Indonesia, antara lain DHL, FedEx, TNT, dan UPS. Tidak hanya perusahaan logistik multinasional saja yang ada di Indonesia tetapi juga ada perusahaan logistik lokal antara lain Tiki, JNE, Pandu Siwi, Pos Indonesia, dan Nusantara Card Semesta (NCS).

Salah satu jasa yang bergerak dalam jasa pengiriman ini adalah JNE yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang tersebar luas di Indonesia, yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, kendaraan, dll. Tujuan yang dimaksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan logistik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dari PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian ini tergolong dalam riset konklusif (*conclusive research*) yaitu jenis penelitian yang mempunyai tujuan yang jelas dan hasilnya dapat digunakan memberikan informasi yang membantu dalam membuat keputusan. Di dalam riset konklusif ada beberapa penggolongan sehingga penelitian ini termasuk dalam riset kausal yaitu riset yang menampilkan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada kecenderungan kualitas layanan logistik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan *convenience sampling*. *Nonprobability sampling* digunakan dalam penelitian ini karena populasinya tidak dapat teridentifikasi secara jelas dalam penelitian ini. Selain itu juga menggunakan *convenience sampling* adalah elemen-elemen termudah saja yang diambil dalam teknik pengambilan sampel ini.

Target populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan individu yang menjadi pemilik barang dan yang pernah menggunakan jasa logistik JNE. Karakteristik populasi yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) pelanggan yang menggunakan jasa JNE dalam kurun waktu satu tahun terakhir, (b) melakukan pengiriman barang atau dokumen sebanyak dua kali dalam waktu satu tahun, (c) pernah merasakan ketidaksesuaian pengiriman dan (d) pelanggan pernah menggunakan layanan website JNE.

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primer, tetapi kuesioner dibagikan kepada responden yang dianggap mampu mengerti pertanyaan yang ada dalam kuesioner dengan baik.

Dalam memperoleh informasi diperlukan pengumpulan data yang lengkap, pengumpulan data juga mempunyai langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membuat kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan namun tetap sesuai dengan tujuan penelitian, variabel, dan pengertian operasional variabel yang sudah ditentukan.

2. Menentukan responden saat melakukan pembagian kuesioner yang sesuai dengan karakteristik populasi dalam penelitian ini.
3. Sebelum mengisi kuesioner responden diberikan penjelasan tentang cara mengisi kuesioner.
4. Responden diberikan waktu untuk mengisi kuesioner.
5. Kuesioner yang sudah diisi oleh para responden itu dikumpulkan dan diseleksi teliti dan akurat sehingga dapat mengetahui kuesioner yang sesuai atau tidak sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.
6. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dan diolah untuk keperluan penelitian.

Setelah data yang dikumpulkan sesuai dengan asumsi SEM maka langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi kesesuaian model. Menurut Ferdinand (2002: p.6) dalam Alghofari *et. al* (2009), Model Persamaan Struktural atau Structural Equation Modeling (SEM) adalah sekumpulan teknik statistical yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Menurut Ferdinand (2005) dapat disajikan beberapa indeks kesesuaian dan *cutt value*-nya untuk digunakan dalam menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak sebagai berikut:

1. Uji Validitas dengan SPSS

Menurut Ghazali (2006, p.49) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian dapat diuji apakah setiap pertanyaan telah mewakili variabel kualitas layanan logistik, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Hal ini dimaksudkan untuk melihat apakah setiap pertanyaan telah mewakili perhitungan uji validitas ini menggunakan program SPSS *version 18.0 for windows*. Jika sign dari korelasinya signifikan yang berarti lebih kecil dari *alpha 5%*, maka pertanyaan tersebut dianggap valid.

## 2. Uji reliabilitas dengan SPSS

Menurut Ghazali (2006, p.45) reliabilitas atau keandalan adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini digunakan untuk mengetahui reliabilitas jenis-jenis pertanyaan dalam kuesioner artinya untuk mengetahui apakah responden telah menjawab setiap pertanyaan dengan konsisten atau tidak. Dengan menggunakan SPSS *for windows 18.0* variabel dianggap reliabel apabila nilai *cronbach alpha*  $>0,6$ .

## 3. Uji Validitas Konstruk

### a. *Convergent Validity*

Item-item atau indikator suatu konstruk laten harus converge atau share (berbagi) proporsi varian yang tinggi. Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari nilai faktor loadingnya. Syarat yang harus dipenuhi, pertama loading factor harus signifikan. Oleh karena *loading factor* yang signifikan bisa jadi masih rendah nilainya, maka *standardized loading estimate* harus sama dengan 0,50 atau lebih dan idealnya harus 0,70. (Ghozali, 2008 p.134).

### b. *Variance Extracted*

Dalam analisis faktor konfirmatori, presentase rata-rata nilai *Variance Extracted* (AVE) antar item atau indikator suatu set konstruk laten merupakan ringkasan *convergen* indikator. AVE dapat dihitung dengan menggunakan nilai *standardized loading* dengan rumus sebagai berikut:

---

Simbol  $\lambda$  menunjukkan *standardized factor loading* dan  $i$  adalah jumlah item atau indikator. Jadi untuk  $n$  item, AVE dihitung sebagai total kuadrat *standardized factor loading* (squared multiple correlation) dibagi dengan total kuadrat *standardizes loading* ditambah total varians dari error. Nilai AVE sama dengan atau diatas 0.50 menunjukkan adanya *convergent* yang baik. (Ghozali, 2008 p.135).

#### 4. Uji Reliabilitas

Setelah kesesuaian model diuji (model fit), evaluasi lain yang harus dilakukan adalah penilaian unidimensionalitas dan realibilitas. Unidimensionalitas adalah sebuah asumsi yang digunakan dalam menghitung reliabilitas dari model yang menunjukkan bahwa dalam sebuah model satu dimensi, indikator-indikator yang digunakan memiliki derajat kesesuaian yang baik. Penggunaan ukuran-ukuran realibilitas seperti *α-Cronbach*, tidak mengukur unidimensionalitas, melainkan mengasumsikan bahwa unidimensionalitas itu sudah ada pada waktu *α-Cronbach* dihitung. Composite Reliability diperoleh melalui rumus berikut ini:

---

dimana:

*standardized loading* diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator (diambil dari perhitungan komputer, AMOS).  $j$  adalah pengukuran error dari tiap-tiap indikator.

Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0.70, walaupun angka itu bukanlah sebuah ukuran yang “mati”. Artinya, bila penelitian yang dilakukan bersifat eksploratori, maka nilai dibawah 0.70 pun masih dapat diterima sepanjang disertai dengan alasan-alasan empirik yang terlihat dalam proses eksplorasi. (Ferdinand, 2005 p.94).

#### 5. Statistik Chi-Square ( $\chi^2$ )

Alat uji yang paling fundamental untuk mengukur overall adalah likelihood ratio chi-square statistic, karena model ini bersifat sangat sensitive terhadap besarnya sample yang digunakan. Semakin kecil nilai  $\chi^2$  maka semakin baik model itu (karena dalam uji beda chi-square,  $\chi^2 = 0$ , berarti benar-benar tidak ada perbedaan sehingga  $H_0$  diterima) dan diterima dengan cutt-off value sebesar  $p > 0,005$  atau  $p > 0,10$  (Hulland et al, 1996) dalam (Ferdinand, 2005 p.84).

6. RMSEA (*The Root Mean Square Error Approximation*)

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi chi-square statistic dalam sample yang besar (Baumgartner dan Homburg, 1996) dalam (Ferdinand, 2005 p.84). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,008 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah close fit dari model itu berdasarkan degrees of freedom (Browne dan Cudeck, 1993) dalam (Ferdinand, 2005 p.86).

7. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Indeks kesesuaian (*fit index*) ini akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sample yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi (Bentler, 1983 ; Tanaka dan Huba, 1989) dalam Saifudin et. al (2013). GFI adalah sebuah ukuran non statistical yang mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) sampai 1 (perfect fit). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “better fit” dalam (Ferdinand, 2005 p.87).

8. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*)

Tanaka dan Huba (1989) menyatakan bahwa GFI adalah analog dari R<sup>2</sup> dalam regresi berganda. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan lebih besar dari 0,90 (Hair et al, 1995 ; Hulland et al, 1996) dalam (Ferdinand, 2005 p.87).

9. CMIN/DF

CMIN/DF yang umumnya dilaporkan oleh para peneliti sebagai salah satu indicator untuk mengukur tingkat fit-nya sebuah model. Dalam hal ini CMIN/DF tidak lain adalah statistic chi-square,  $\chi^2$  dibagi DF-nya sehingga disebut  $\chi^2$  relatif. Nilai  $\chi^2$  relatif kurang dari 2 atau bahkan kadang kurang dari 3 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Arbuckle, 1997) dalam (Ferdinand, 2005 p.88).

10. TLI (*Tucker Lewis Index*)

TLI adalah sebuah alternative incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model (Baumgartner dan Homburg, 1996). Nilai direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya

sebuah model adalah penerimaan  $\geq 0,95$  (Hair et al, 1995), dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan a very good fit (Arbuckle, 1997) dalam (Ferdinand, 2005 p.90).

#### 11. CFI (*Comparative Fit Index*)

Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 – 1, dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi (*a very good fit*) (Arbuckle, 1997) dalam Saifudin et. al (2013). Nilai yang direkomendasikan adalah  $CFI \geq 0,95$ . Keunggulan dari model ini adalah bahwa indeks ini besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sample karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model (Hulland et al, 1996 ; Tanaka, 1993) dalam (Ferdinand, 2005 p.91).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut ini akan dijelaskan hasil analisis SEM menggunakan program AMOS 20.0.

Pada *measurement* model akan dilakukan *confirmatory factor analysis* (CFA). Tujuan dari analisis *confirmatory factor analysis* (CFA) adalah untuk mengetahui apakah indikator-indikator yang digunakan benar-benar dapat menjelaskan variabel laten (konstruk) pada penelitian. Suatu indikator dikatakan memenuhi *convergent validity* jika memiliki nilai *standardized regression weight*  $> 0,5$  dan nilai *probability*  $< 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ), dan dikatakan memenuhi *reliability construct* jika nilai *reliability construct*  $> 0,7$  dan nilai *variance extracted*  $> 0,5$ .

Di bawah ini akan dijelaskan hasil *confirmatory factor analysis* (CFA) masing-masing variabel penelitian, kecuali *satisfaction*. Variabel *satisfaction* tidak dilakukan *confirmatory factor analysis* (CFA) karena hanya memiliki 1 (satu) indikator.

### **1. Logistic Service Quality**

Dari *confirmatory factor analysis* (CFA) pada variabel *logistic service quality* dihasilkan uji *convergent validity* dan *reliability construct* sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Uji Convergent Validity dan Reliability Construct Pada Variabel**  
**Logistic Service Quality**

Dimensi	Indikator	Std. Reg. Weights	S.E	C.R	Prob.	Reliability Construct	Variance Extracted
<i>Information Quality</i>	informasi waktu layanan	0,752	0,157	7,479	0,000	0,732	0,577
	Informasi akurat	0,767					
<i>Ordering Procedures</i>	Menyediakan website	0,785	0,141	7,584	0,000	0,754	0,605
	Tidak membatasi volume	0,770					
<i>Timeliness</i>	Waktu sampainya cepat	0,784	0,137	8,361	0,000	0,769	0,625
	Waktu yang dijanjikan	0,797					
<i>Order Condition</i>	Barang kondisi baik	0,787	0,128	7,518	0,000	0,763	0,617
	Barang rusak jarang terjadi	0,784					
<i>Order Discrepancy Handling</i>	Menangani permasalahan	0,842	0,105	8,570	0,000	0,777	0,636
	Menanggapi permasalahan	0,751					

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa semua indikator pada dimensi variabel *logistic service quality* mempunyai *standardized regression weight*  $> 0,5$  dan nilai *probability*  $< 0,05$ , sehingga indikator-indikator tersebut telah memenuhi *convergent validity*. Diketahui pula semua nilai *construct reliability*  $> 0,7$  dan nilai *variance extracted*  $> 0,5$ , sehingga telah memenuhi *construct reliability*.

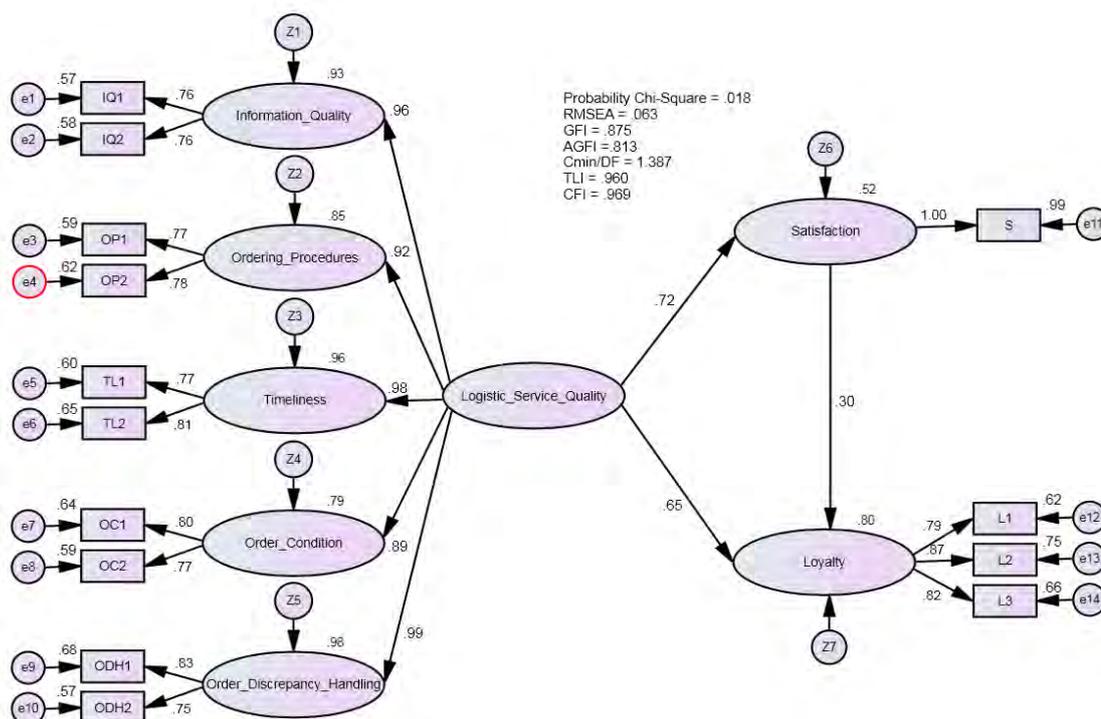
## 2. Loyalty

Menggunakan metode *confirmatory factor analysis* (CFA) pada variabel *loyalty* menghasilkan uji *convergent validity* dan *reliability construct* sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Uji Convergent Validity dan Reliability Construct Pada Variabel Loyalty**

Variabel	Indikator	Std. Reg. Weights	S.E	C.R	Prob.	Reliability Construct	Variance Extracted
Loyalty	kesetiaan	0,779				0,863	0,678
	Keinginan mengatakan hal yang baik	0,898	0,134	8,322	0,000		
	Merekomendasikan	0,787	0,130	7,959	0,000		

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa semua indikator pada variabel *loyalty* mempunyai *standardized regression weight* > 0,5 dan nilai *probability* < 0,05, sehingga indikator-indikator tersebut telah memenuhi *convergent validity*. Diketahui pula semua nilai *construct reliability* > 0,7 dan nilai *variance extracted* > 0,5, sehingga telah memenuhi *reliability construct*.



**Gambar 1**  
**Structural Model**

*Structural model* yang dikembangkan sesuai dengan telaah pustaka dan tujuan penelitian. Untuk mengetahui apakah *structural model* yang dikembangkan telah didukung oleh data diatas, maka dilakukan *uji goodness of fit*. Hasil dari *structural model* dan *uji goodness of fit* dapat dilihat pada Tabel 16 di bawah ini.

**Tabel 3**  
**Uji Goodness of Fit pada Structural Model**

<i>Good of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil Model	Keterangan
<i>Probability Chi-Square</i>	> 0,05	0,018	Marginal
RMSEA	≤ 0,08	0,063	Baik
GFI	≥ 0,90	0,875	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,813	Tidak Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,387	Baik
TLI	≥ 0,95	0,960	Baik
CFI	≥ 0,95	0,969	Baik

Hipotesis penelitian terbukti jika pengaruh memiliki nilai C.R > 1,96 dan nilai *probability* < 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Berikut adalah hasil uji hipotesis:

**Tabel 4**  
**Uji Hipotesis**

Hipotesis	Pengaruh	<i>Std. Regression Weight</i>	S.E	C.R	Prob.
H <sub>1</sub>	<i>Logistic Service Quality</i> → <i>Satisfaction</i>	0,721	0,083	8,054	0,000
H <sub>2</sub>	<i>Logistic Service Quality</i> → <i>Loyalty</i>	0,655	0,092	5,536	0,000
H <sub>3</sub>	<i>Satisfaction</i> → <i>Loyalty</i>	0,298	0,085	2,942	0,003

Pengaruh *logistic service quality* terhadap *satisfaction* memiliki nilai C.R sebesar 8,054 > 1,96, dengan nilai *probability* sebesar 0,000 < 0,05 ( $\alpha=5\%$ ), sehingga disimpulkan *logistic service quality* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 1 diterima dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huang *et. al* (2009) menyatakan bahwa kualitas layanan logistik memiliki efek positif pada kepuasan.

Pengaruh *logistic service quality* terhadap *loyalty* memiliki nilai C.R sebesar  $5,536 > 1,96$ , dengan nilai *probability* sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ), sehingga disimpulkan *logistic service quality* berpengaruh signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 2 dapat diterima dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huang *et al.* (2009) yang menyatakan bahwa kualitas layanan logistik memiliki efek positif pada loyalitas.

Pengaruh *satisfaction* terhadap *loyalty* memiliki nilai C.R sebesar  $2,942 > 1,96$ , dengan nilai *probability* sebesar  $0,003 < 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ), sehingga disimpulkan *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *loyalty*. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 3 dapat diterima dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huang *et al.* (2009) menyatakan bahwa kepuasan memiliki efek positif pada loyalitas.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian kualitas layanan logistik mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,87, hal ini menunjukkan nilai rata-ratanya masih diatas 3 sehingga layanannya dipersepsikan baik oleh pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Sedangkan kepuasan ternyata juga memiliki nilai rata-rata sebesar 4,04, hal ini menunjukkan nilai rata-ratanya masih diatas 3 sehingga pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Ternyata loyalitas juga memiliki nilai rata-rata sebesar 3,68, hal ini juga menunjukkan nilai rata-ratanya diatas 3 berarti menunjukkan bahwa pelanggan setia terhadap layanan logistik PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, dan pengujian secara statistik maka dapat diperoleh bahwa tiga hipotesis yang telah dikembangkan itu terbukti semua mempunyai pengaruh positif. Berikut ini adalah penjelasan selengkapnya:

1. Terdapat pengaruh positif signifikan *logistic service quality* terhadap *satisfaction*
2. Terdapat pengaruh positif signifikan *logistic service quality* terhadap *loyalty*.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan *satisfaction* terhadap *loyalty*.

Penelitian ini telah menggambarkan hasil data lapangan yang menunjukkan tiga hipotesis yang diteliti terbukti semua. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil

pengujian *goodness of fit* yang menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian model terhadap data dapat dikatakan baik.

Rekomendasi ini diberikan berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan ditujukan kepada penyedia jasa layanan logistik PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Selain itu rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan kekurangan dan keterbatasan penelitian ini. Berikut ini adalah penjelasan secara spesifik:

### **1. Rekomendasi Bagi Penyedia Jasa layanan Logistik PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan hasil uji hipotesis yang memiliki pengaruh paling rendah dibandingkan dengan yang lain adalah *satisfaction* terhadap *loyalty* dengan nilai *standardized regression weight* sebesar 0,298. Berarti loyalitas pelanggan JNE bukan karena kepuasan saja tetapi ada faktor lain yang menyebabkan pelanggan JNE itu loyal. Untuk membuat pelanggan JNE semakin loyal maka JNE harus meningkatkan performa layanan JNE, tidak hanya dari layanan logistiknya saja tetapi dari layanannya yang lain seperti memberikan pelayanan tempat yang bersih dan karyawan JNE melayani pelanggannya dengan ramah.

### **2. Rekomendasi Bagi peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan didalamnya, maka dari itu keterbatasan penelitian ini dapat membuka peluang untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada penyedia jasa layanan logistik PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir saja. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada penyedia jasa layanan logistik lainnya.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan pada layanan logistik pengiriman barang PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir saja. Penelitian selanjutnya dapat meneliti tentang layanan logistik yang lain pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Chen, J. T.-L. (2001, May 5). The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* , 213-217.
- Dr. Sachin S. Kamble, M. R. (2011). Validating the Logistics Service Quality (LSQ) Scale in Indian Logistics Industry. *International Conference on Business and Economics Research* , 1, 81-85.
- Ferdinand, A. (2005). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen* (3rd Edition ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Irene Gil Saura, D. S. (2008). Logistics Service Quality: A New Way to Loyalty. *Industrial Management & Data* , 108 (5), 650-668.
- John T. Mentzer, D. J. (2001). Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process. *Journal of Marketing* , 65, 82-104.
- Rym Bouzaabia, O. B. (2013). Retail Logistics Service Quality: A Cross-cultural Survey on Customer Perceptions. *International Journal of Retail & Distribution Management* , 41 (8), 627-647.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Yu-Kai Huang, Y.-W. K.-W. (2009). Applying Importance-Performance Analysis To Evaluate Logistics Service Quality For Online Shopping Among Retailing Delivery. *International Journal of Electronic Business Management* , 7 (2), 128-136.