

PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN

PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG (Studi Pada Konsumen Jasa

Pengiriman KALOG di Probolinggo)

Agung Tri Pamungkas

Program Studio Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Purworejo.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya: 1) pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap keputusan konsumen; 2) pengaruh yang positif dan signifikan antara loyalitas terhadap keputusan konsumen; dan 3) pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen jasa pengiriman yang sedang dan pernah menggunakan jasa pengiriman KALOG di Probolinggo, pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 50 responden. Pengumpulan data, dalam penelitian menggunakan, menguji hipotesis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis secara parsial, menunjukkan bahwa 1) nilai koefisien regresi kepuasan (X_1) sebesar 0,629 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan yaitu “ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap keputusan konsumen”, terbukti dan dapat diterima; 2) nilai koefisien regresi loyalitas (X_2) sebesar 0,419 dengan nilai signifikansi sebesar 0,01. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan yaitu “ada pengaruh yang positif dan signifikan antara loyalitas terhadap keputusan konsumen”, terbukti dan dapat diterima; 3) Dari uji ANOVA atau F test yaitu uji hipotesis secara simultan didapat nilai F hitung sebesar 62.929 dengan probabilitas 0.000. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan yaitu “ ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen”, terbukti dapat diterima. Besarnya pengaruh kepuasan dan loyalitas secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen sebesar 71,7% ($R Square = 0,717$).

Kata kunci: kepuasan, loyalitas, keputusan konsumen

A. PENDAHULUAN

Banyak konsumen atau pelanggan yang meninggalkan usaha langganannya beralih ke perusahaan barang lainnya, hal tersebut bisa saja karena banyaknya perusahaan baru yang bermunculan, pelayanan yang ditawarkan menggiurkan,

kurangnya kepuasan terhadap pelayanan sehingga konsumen atau pelanggan beralih pembelian ke usaha yang lain. Bila kita mengacu pada identifikasi masalah tersebut dalam penelitian ini memfokuskan seberapa besar pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan konsumen jasa pengiriman KALOG di Probolinggo. Karena selama ini faktor yang dianggap penting oleh peneliti yaitu kepuasan dan loyalitas pelanggan belum digunakan sebagai acuan mengembangkan jasa pengiriman berorientasi kepada konsumen.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas terhadap keputusan konsumen secara parsial dan pengaruh secara bersama sama antara kepuasan dan loyalitas terhadap keputusan konsumen jasa pengiriman KALOG di Probolinggo.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang melakukan pengujian hipotesis untuk menjelaskan hubungan antara variable bebas dan terikatnya. Penelitian ini bersifat *ex-post facto* karena dilakukan pada responden dalam jumlah terbatas dalam mengukur fenomena-fenomena yang telah terjadi serta mengungkapkan kejadian yang ada di lapangan tanpa menambah dan mengurangnya. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah diterapkan. (Sugiyono 2010:14).

Penelitian ini dilakukan di kantor jasa pengiriman KALOG Probolinggo. Berlokasi di Stasiun Probolinggo, kecamatan Mayangan, kota Probolinggo. Penelitian ini di lakukan selama satu bulan mulai dari bulan Mei hingga bulan Juni 2017.

Penelitian ini melibatkan tiga variabel yaitu tiga variabel bebas dan satu variable terikat. Variabel bebas merupakan faktor yang menyebabkan suatu

pengaruh atau sebab lain, sedangkan variabel terikat adalah disebabkan oleh pengaruh atau tergantung variabel yang mendahuluinya. (Sugiyono 2010:10)

Variabel bebas terdiri dari kepuasan konsumen (X_1) dan loyalitas pelanggan (X_2), sedangkan variabel terikat adalah keputusan konsumen (Y). Menurut Nazir (2013:271) populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2010: 57) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sementara itu menurut Sutrisno Hadi (1984:220) populasi merupakan sejumlah penduduk atau individu yang mempunyai sifat-sifat sama. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua Konsumen jasa pengiriman KALOG Probolinggo. Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 201:122).

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson (*Corelation Product Moment*). Di mana syarat minimal suatu instrument untuk dianggap valid adalah jika nilai $r_{hitung} > 0,3$ dan sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < 0,3$ maka instrument di anggap tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk penelitian (Arikunto, 2002: 146). Adapun uji realibitas tersebut dilakukan dengan SPSS 19. Kriteria yang dipakai adalah dengan melihat besarnya nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka instrument tidak reliable (Arikunto, 2002; 170).

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas , yaitu kepuasan dan loyalitas terhadap variable terikat yaitu keputusan konsumen. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan bantuan computer melalui program *SPSS for windows* (Imam Ghazali, 2011:101).

Analisis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yaitu dengan menafsirkan angka-angka sebagai hasil penelitian. Untuk menguji hipotesis 1,2,dan 3 menggunakan regresi linier ganda

Dari persamaan garis regresi tersebut dapat diketahui angka koefisien masing-masing variabel bebas (Independen). Angka koefisien inilah yang menentukan besar kecilnya bobot sumbangan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dapat menggunakan *Unstandardized beta coefficients* (Ghozali,2011:101).

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis kuantitatif, terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun bersama sama.

Hasil Ringkasan Analisis Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.312	1.928		3.793	.000		
Kepuasan	.693	.073	.812	9.543	.000	.999	1.001
Loyalitas	.018	.075	.020	.241	.811	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan

sig variabel kepuasan = 0.000 < 0.05 sehingga H₀ ditolak, yang berarti variabel independen kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan. Makin tinggi kepuasan, makin tinggi keputusan. Demikian juga sebaliknya. sig variabel loyalitas = 0.811 > 0.05 sehingga H₀ ditolak, yang berarti variabel independen loyalitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan. Kita tidak bisa menyimpulkan, makin tinggi kepuasan, makin tinggi keputusan. Dengan demikian persamaan estimasinya adalah $Keputusan = 7.312 + 0.693 * Kepuasan + 0.018 * Loyalitas$

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil uji hipotesis secara parsial, menunjukkan bahwa 1) nilai koefisien regresi kepuasan (X₁) sebesar 0,629 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan yaitu “ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap keputusan konsumen”, terbukti dan dapat diterima; 2) nilai koefisien regresi loyalitas (X_2) sebesar 0,419 dengan nilai signifikansi sebesar 0,01. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan yaitu “ada pengaruh yang positif dan signifikan antara loyalitas terhadap keputusan konsumen”, terbukti dan dapat diterima; 3) Dari uji ANOVA atau F test yaitu uji hipotesis secara simultan didapat nilai F hitung sebesar 62.929 dengan probabilitas 0.000. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis yang diajukan yaitu “ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan dan loyalitas secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen”, terbukti dapat diterima.

Besarnya pengaruh kepuasan dan loyalitas secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen sebesar 71,7% ($R Square = 0,717$), sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini dan dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan kepuasan dan loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Oleh karena itu, usaha jasa pengiriman barang KALOG harus meningkatkan kinerja yang dapat memuaskan konsumen berkaitan dengan usaha jasa yang dijalankan, sehingga dapat membuat strategi dan standarisasi yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan usaha jasa pengiriman.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Agung Permana. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ebert. 2006. *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali. 2011 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

- Griffin. 2007. *Business*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2002. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. 2005. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, 2005. *Belajar Mudah untuk Guru*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setiadi, Nugroho J.2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Stoner, Freeman. 1996. *Manajemen*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsini, Arikunto. 2002.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. 1981. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: FE UI.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.