

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. BENUA
SAMUDERA KARGO**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
JEFFRY
181010223**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. BENUA SAMUDERA KARGO

Nama : Jeffry

NIM : 181010223

Program Studi : Manajemen

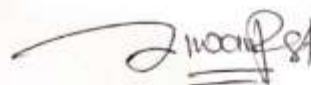
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,


Ihdina Gustina S.E., M.M.
NIDN: 0120088303

Pembimbing II,


Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.
NIDN: 0115019003

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PT. BENUA SAMUDERA KARGO
Nama : Jeffry
NIM : 181010223
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 08 Juli 2022
Dewan Penguji,

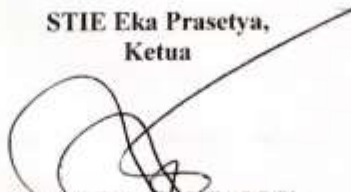
Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

()

Penguji II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.
NIDN : 0124028902

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian, maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Jeffry
NIM	181010223
Judul Skripsi	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing - I	Ihdina Gustina S.E., M.M.
Pembimbing - II	Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 08 Juni 2022



Jeffry
181010223

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. BENUA SAMUDERA KARGO”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Junaidi Abidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M., sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.

7. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan peneliti. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 08 Juni 2022
Peneliti



Jeffry
181010223

ABSTRAK

Jeffry, 181010223, 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M., Pembimbing II: Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. Benua Samudera Kargo serta unit observasinya adalah konsumen dari PT. Benua Samudera Kargo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari PT. Benua Samudera Kargo sebanyak 210 responden. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan berjumlah 138 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Loyalitas Pelanggan = 6,123 + 0,237 Kepercayaan + 0,264 Kualitas Pelayanan + e** Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dimana $t_{hitung} 4,080 > t_{tabel} 1,977$ dan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dimana $t_{hitung} 5,521 > t_{tabel} 1,977$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 71,962 > F_{tabel} 3,06$ yang berarti variabel bebas yaitu Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 51,60% variabel Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dipengaruhi oleh variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 48,40% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Saluran Distribusi, *Direct Marketing* dan *Personal Selling* yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Jeffry, 181010223, 2022. The Influence of Trust and Service Quality on Customer Loyalty at PT. Benua Samudera Kargo. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Ihdina Gustina, S.E., M.M., Advisor II: Mr. Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

*The purpose of this study is to determine the effect of Trust and Service Quality on Customer Loyalty at PT. Benua Samudera Kargo. The research methodology used is quantitative descriptive method, the unit of analysis in this study is PT. Benua Samudera Kargo and its observation unit are customers of PT. Benua Samudera Kargo. The population in this study are customers of PT. Benua Samudera Kargo totaling 210 respondents. The technique of determining the number of samples used in this study is Slovin formula and totaling 138 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypotheses with descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination (R^2). From the analysis obtained a regression analysis of **Customer Loyalty** = **6,123 + 0,237 Trust + 0,264 Service Quality + e**. The t test results show Trust variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Benua Samudera Kargo where $t_{count} 4,080 > t_{table} 1,977$ and Service Quality variable variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Benua Samudera Kargo where t_{count} is $5,521 > t_{table} 1,977$. The F test results that show $F_{count} 71,962 > F_{table} 3,06$ that means the independent variables Trust and Service Quality adjusted for the variable Customer Loyalty. Test results of the coefficient of determination (R^2) indicate that 51,60% of Customer Loyalty variable are supported by Trust and Service Quality variables, while 48,40% are discussed by other factors or variables outside the model such as Distribution, Direct Marketing, and Personal Selling that not discussed in in this research.*

Keywords: Trust, Service Quality, Customer Loyalty

MOTTO

Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah!

**Jika tak bisa, maka ubahlah cara
pandangmu tentangnya.**

(Maya Angelou)

☺ PERSEMBAHAN ☺

Skripsi ini saya persembahkan untuk semua orang yang saya sayangi. Ayah, Ibu, Saudara-i, teman-teman seperjuangan. Terimakasih untuk semangat dan dukungannya juga. ♥♥♥

Terkadang, ketika saya kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, kalian di sini untuk percaya pada saya. Terkadang, ketika semuanya salah, kalian tampak dekat dan memperbaiki semuanya.

Skripsi ini juga saya dedikasikan untuk dosen pembimbing. Merampungkan skripsi jelas bukanlah momen mudah yang harus kujalani sebagai mahasiswa. Terima kasih saya ucapkan kepada Ibu Ihdina selaku dosen pembimbing I dan Bapak Irvan selaku dosen pembimbing II, karena telah rela meluangkan waktu untuk membimbing saya mewujudkan semuanya.

Jika aku ditanya apa momen tersulit sebagai mahasiswa, mungkin masa skripsi adalah jawabannya. Sebagai mahasiswa jelas saya jauh dari kata unggul dan pintar. Saya harus berjuang sekuat tenaga menyelesaikan segalanya. Namun satu yang saya syukuri, bahwa di antara perjuangan berat, tetap ada Bapak/Ibu Dosen di sana untuk memberi semangat.

Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Tentang Loyalitas Pelanggan	10
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	10

2.1.1.2 Keuntungan Loyalitas Pelanggan	11
2.1.1.3 Faktor-Faktor Perkembangan dalam Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.1.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2 Teori Tentang Kepercayaan.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan	13
2.1.2.2 Jenis-Jenis Kepercayaan	14
2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Karakteristik Kepercayaan.....	15
2.1.2.4 Indikator Kepercayaan.....	17
2.1.3 Teori Tentang Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	19
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pelayanan	20
2.1.3.4 Tantangan Pengukuran Pelayanan.....	21
2.1.3.5 Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.1.1 Lokasi Penelitian	25
3.1.2 Waktu Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.2.1 Jenis Data.....	25
3.2.2 Sumber Data	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	28

3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Teknik Analisa Data	30
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3.1 Uji Normalitas	32
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	33
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.6.5 Pengujian Hipotesis	34
3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	34
3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	35
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1. Sejarah Singkat PT. Benua Samudera Kargo	37
4.1.2. Visi, Misi dan Logo PT. Benua Samudera Kargo .	38
4.1.2.1. Visi PT. Benua Samudera Kargo	38
4.1.2.2. Misi PT. Benua Samudera Kargo	38
4.1.2.3. Logo PT. Benua Samudera Kargo	38
4.1.3. Karakteristik Responden.....	39
4.1.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa	40
4.1.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
4.1.4.1. Uji Validitas	41
4.1.4.2. Uji Reliabilitas	45

4.1.5. Uji Asumsi Klasik	46
4.1.5.1. Uji Normalitas.....	46
4.1.5.2. Uji Multikolinearitas	49
4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.1.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.1.7. Pengujian Hipotesis	53
4.1.7.1. Uji t (Uji Secara Parsial)	53
4.1.7.2. Uji F (Uji Secara Simultan)	55
4.1.8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.2 Pembahasan.....	57
4.2.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	57
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	59
4.2.3. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	60
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Implikasi Manajerial	63
5.3 Saran Akademis	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut.....	3
Tabel 1.2	Data Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo	4
Tabel 1.3	Data Pendapatan PT. Benua Samudera Kargo Tahun 2017- Tahun 2021	5
Tabel 1.4	Tanggung Jawab Karyawan PT. Benua Samudera Kargo.....	6
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>.....	30
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa	40
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X₁).....	42
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)	43
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	44
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9	Uji <i>One Kolmogrov-Smirnov</i>.....	49
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.11	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.12	Uji t (Uji Secara Parsial)	54
Tabel 4.13	Uji F (Uji Secara Simultan)	56

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1	Logo PT. Benua Samudera Kargo	38
Gambar 4.2	Grafik Histogram	47
Gambar 4.3	Grafik <i>Normal P-Plot</i>.....	48
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Distribusi Responden Mengenai Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan dan Intensitas Penggunaan Jasa**
- Lampiran 3 Jawaban Responden Atas Variabel Kepercayaan (X_1)**
- Lampiran 4 Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)**
- Lampiran 5 Jawaban Responden Atas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X_1)**
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)**
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**
- Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis ekspedisi pengiriman barang adalah suatu spesialis perdagangan yang menyediakan berbagai macam manfaat dan fasilitas untuk pengiriman barang. Bisnis utama dari pengiriman barang ini adalah rangkaian pengiriman dari beberapa pengiriman barang dalam jumlah kecil maupun besar ke suatu tujuan tertentu sesuai yang telah ditentukan oleh konsumen dengan penentuan tarif yang sesuai dengan pasaran. Dari perpestif ini, layanan jasa pengiriman barang dipandang penting oleh perusahaan yang bekerja keras untuk mencapai tujuan. Kondisi pasar ekspedisi pengiriman barang di saat ini berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen atas permintaan jasa yang diterima. Maka dari itu, perusahaan harus mempersiapkan berbagai strategi yang lebih baik dan menarik guna mencapai suatu keunggulan yang dapat membantunya memenangkan persaingan yang ada.

Lancarnya arus perpindahan dan perdagangan barang, menyebabkan makin cepatnya perputaran uang dan barang, sehingga dapat diharapkan adanya distribusi dan pendapatan yang lebih menyebar dan merata. Untuk mengeksport barang dalam dilakukan dengan via darat dan laut, tetapi via lautlah yang menjadi primadona dalam ekspor impor seperti di Kota Medan karena muatan biasa lebih banyak daripada via udara, dari segi biaya pun harganya lebih murah daripada via udara. Permintaan akan ekspedisi muat kapal laut demikian yang membuat fasilitas ekspor impor banyak berpusat di daerah-daerah yang perekonomiannya

relatif lebih maju seperti Pulau Jawa, Pulau Sumatera, Pulau Kalimantan dan bahkan ke luar negeri karena fasilitas pengiriman jauh lebih baik daripada didaerah lain.

Seperti kota besar pada umumnya, maka wajar bila pembangunan yang paling mungkin berkembang di Kota Medan adalah sektor perdagangan dan industri. Kota Medan memiliki potensi yang strategis sebagai daerah yang berada pada pinggiran jalur pelayaran selat malaka dan menjadi pintu arus penumpang serta perdagangan barang dan jasa, baik perdagangan domestik maupun luar negeri atau yang biasa disebut ekspor-impor.

Sebagai industri ekspedisi muat kapal laut di Kota Medan, PT. Benua Samudera Kargo didirikan dengan maksud agar mampu pemeratakan dan meningkatkan arus komunikasi keseluruhan wilayah Indonesia. Sedangkan sebagai lembaga bisnis ekspedisi muat kapal laut, diharapkan mampu menghasilkan keuntungan dengan layanan ekspedisi muat kapal laut yang dilakukan kepada masyarakat demi tetap terjaganya kelangsungan hidup usaha. Ekspedisi muat kapal laut merupakan salah satu industri di Kota Medan yang selalu berusaha untuk meningkatkan labanya melalui produk ekspedisi muat kapal laut ke berbagai daerah di Indonesia bahkan keluar negeri yang keberadaanya sudah dikenal masyarakat secara luas.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang ekspedisi muatan kapal laut. Berikut ini penjelasannya dapat dilihat pada tabel:

Tabel 1.1
Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut

No	Nama Perusahaan
1	PT. EMKL Bandar Jaya Murni
2	PT. Daya Eka Samudera
3	PT. Benua Samudera Kargo
4	PT. Belawan Indah
5	PT. Berlian Tangguh Sejahtera

Sumber : PT. Benua Samudera Kargo, 2021

Pada Tabel 1.1 di atas, lima perusahaan tersebut menjadi jasa pengiriman barang yang menjadi saingan dari perusahaan. PT. EMKL Bandar Jaya Murni menjadi salah satu saingan terberat dimana, PT. EMKL Bandar Jaya Murni telah memiliki banyak pengalaman sebagai pemain lama untuk menangani pengiriman berbagai jenis komoditi, seperti elektronik, kosmetik, makanan, barang material seperti genteng, keramik, besi beton, drum, dan lain sebagainya. Barang kiriman dikelola dengan baik mulai dari pengepakan, penataan sampai pengiriman sehingga kondisi barang sampai kepada penerima dengan baik dan aman. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama tentunya membuat konsumen memiliki banyak pilihan ketika membutuhkan jasa ekspedisi sehingga Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi perusahaan dapat menjadi acuan untuk keberhasilan usaha.

PT. Benua Samudera Kargo adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Freight Forwarding* dan Logistik. Perusahaan terletak di Jalan Cemara No. 34 F-G, Medan, Sumatera Utara. Menurut Priansa (2017:116), Kepercayaan adalah suatu kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya. Banyaknya pelanggan yang sudah mempercayai

kinerja karyawan perusahaan PT. Benua Samudera Kargo menyebabkan jumlah pelanggan yang mengalami peningkatan. Besarnya kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dijual berkaitan dengan besarnya kepercayaan mereka terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan sudah mengetahui reputasi dan kinerja yang diberikan oleh karyawan perusahaan sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga. Berikut data pelanggan PT. Benua Samudera Kargo, seperti:

Tabel 1.2
Data Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo

Tahun	Jumlah Pelanggan
2017	152
2018	155
2019	169
2020	197
2021	210

Sumber: PT. Benua Samudera Kargo, 2021

Pada Tabel 1.2 terlihat angka jumlah pelanggan tiap tahun mengalami peningkatan. Dengan melihat dari makin meningkatnya jumlah pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo, mengidentifikasi bahwa Loyalitas Pelanggan pada perusahaan tersebut juga meningkat. PT. Benua Samudera Kargo senantiasa berusaha menciptakan pelayanan yg terbaik melalui kepercayaan sehingga semua keluhan dari pelanggan dapat teratasi dengan baik. Kepercayaan pada perusahaan juga dapat dilihat melalui meningkatnya jumlah pelanggan dari tahun ke tahun.

Kepercayaan pelanggan dengan PT. Benua Samudera Kargo dinilai baik karena selain pelanggan dan PT. Benua Samudera Kargo yang memiliki hubungan yang harmonis, PT. Benua Samudera Kargo juga dapat memberikan kejelasan dan maksud terhadap setiap tindakannya dijelaskan secara terperinci sehingga

membuat pelanggan merasa aman jika menggunakan jasa pada perusahaan karena pelanggan juga sering menerima adanya kabar bahwa terkadang pengiriman diundur dan perusahaan berupaya untuk melakukan pengiriman pada hari itu juga yang pada akhirnya membuat pelanggan tetap loyal dalam menggunakan jasa perusahaan.

Masalah Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, dimana Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan perlu didukung oleh pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Berikut adalah data pendapatan PT. Benua Samudera Kargo, seperti:

Tabel 1.3
Data Pendapatan PT. Benua Samudera Kargo
Tahun 2017- Tahun 2021

Tahun	Jumlah (Rp)
2017	12.438.150.331
2018	12.142.374.678
2019	13.855.475.137
2020	14.104.126.628
2021	15.410.226.000

Sumber: PT. Benua Samudera Kargo, 2021

Pada tabel 1.3 terlihat jumlah pendapatan tiap tahun mengalami fluktuatif, angka pendapatan naik turun. Pada tahun 2017 terjadi peningkatan sebesar Rp. 12.438.150.331, pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak Rp. 12.142.374.678, pada tahun 2019 sebanyak Rp. 13.855.475.137, pada tahun 2020 sebanyak Rp. 14.104.126.628, dan pada tahun 2021 sebanyak Rp. 15.410.226.000. Peningkatan pendapatan ini disebabkan kepuasan pelanggan yang menyebabkan Loyalitas Pelanggan tersebut.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan

dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang diberikan perusahaan mengalami peningkatan yang terlihat dari beberapa jabatan dan tanggung jawab karyawan PT. Benua Samudera Kargo, seperti:

Tabel 1.4
Tanggung Jawab Karyawan PT. Benua Samudera Kargo

Jabatan	Tanggung Jawab
<i>Sales</i>	1. Membuat surat penawaran Harga 2. Melakukan <i>deal</i> Harga dengan konsumen
<i>Admin Sales</i>	1. Menerima <i>Sales Order</i> dari staf marketing dan membuka <i>invoice</i> 2. Membuat laporan penjualan ke <i>supervisor accounting</i>
Admin Operasional	1. Memastikan barang sampai ketempat tujuan tepat waktu sesuai permintaan pelanggan 2. Mengecek kondisi penerimaan barang sebelum pengiriman barang

Sumber: PT. Benua Samudera Kargo, 2021

Pada Tabel 1.4 di atas adalah beberapa tanggung jawab dari karyawan perusahaan yang dapat berhubungan langsung dengan pelanggan maupun calon pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan terarah sehingga dapat memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan seperti sangat menjaga dan memperhatikan kenyamanan dari pelanggan, bahwa karyawan operasional yang ada menyelesaikan masalah dengan sangat baik. Karyawan yang berhubungan langsung dengan para pelanggan juga memiliki kemampuan menjalankan tugas yang didasarkan standar dari perusahaan, termasuk pelatihan yang telah diberikan agar dapat memberikan pelayanan yang baik. Kualitas Pelayanan yang diberikan salah satunya adalah pengiriman yang selalu tepat waktu. Kemudian apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, karyawan mempunyai solusi yang baik, sehingga konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sumber daya

manusia (*People*) dari perusahaan. Dari kondisi yang ada, konsumen dapat mencari siapa yang bertanggung jawab atas setiap masalah. Dalam hal ini, dapat memicu Loyalitas Pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. BENUA SAMUDERA KARGO”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kepercayaan pada PT. Benua Samudera Kargo dinilai baik karena selain memiliki hubungan yang baik, konsumen juga mempercayai sistematis prosedur kerja PT. Benua Samudera Kargo karena dijelaskan secara terperinci dan jelas serta mudah dipahami.
2. Kualitas Pelayanan yang diberikan adalah pengiriman yang selalu tepat waktu, dimana konsumen dilayani dengan baik, karyawan perusahaan juga mengikuti pelatihan agar dapat memberikan Pelayanan yang baik.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, peneliti membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi

Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), dan variabel terikatnya Loyalitas Pelayanan (Y). Penelitian ini akan dilakukan terhadap pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo?
3. Apakah Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

3. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

1.6 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagi PT. Benua Samudera Kargo
Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi gerai dalam mengevaluasi Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan dalam menarik serta menciptakan Loyalitas Pelanggan.
2. Bagi Akademis
Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan penelitian yang akan dilakukan oleh mahasiswa, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti citra merek, produk dan harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Tentang Loyalitas Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Menurut Ramanta, dkk (2021:1020), Loyalitas Pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau melindungi kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.

Menurut Priansa (2017:491), Loyalitas Pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan.

Menurut Adam (2015:52), Loyalitas Pelanggan (Konsumen), lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengembalian keputusan. Adapun Karakteristik pembeli yang loyal antara lain adalah melakukan pembelian yang berulang-ulang, hanya membeli produk dari perusahaan tersebut, menolak produk lain, menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing, dan melakukan penciptaan prospek.

Menurut Hasan (2013:121), Loyalitas Pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang.

Menurut Pilliangsani (2012:233), Loyalitas Pelanggan adalah terciptanya kepercayaan dan komitmen para pelanggan terhadap suatu produk atau jasa karena mereka mendapatkan kepuasan dari produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Loyalitas Pelanggan adalah urutan pengulangan atau pemilihan pembelian dari merek yang sama dalam semua kasus pembelian yang didasarkan pada komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang menjadi preferensi secara konsisten.

2.1.1.2 Keuntungan Loyalitas pelanggan

Menurut Pilliangsani (2012:234), Beberapa keuntungan yang diperoleh dari loyalitas konsumen antara lain :

1. Meningkatkan penjualan produk setiap harinya
2. Menciptakan peluang produk tersebut dapat menyebar dari mulut ke mulut
(*word of mouth*)
3. Membuat pembelian produk berlangsung dalam jangka waktu yang lama dan berkelanjutan
4. Mengurangi biaya pemasaran sebab konsumen yang sudah loyal akan sangat membantu pemasaran bisnis anda

2.1.1.3 Faktor-Faktor Perkembangan dalam Loyalitas Pelanggan

Menurut Firmansyah (2019:48), Ada beberapa faktor perkembangan dalam Loyalitas Pelanggan, diantaranya:

1. Pertama: Faktor Loyalitas Kognitif

Konsumen yang mempunyai loyalitas tahap pertama ini menggunakan basis informasi yang memaksa menunjuk pada satu merek atas merek lainnya, loyalitas hanya didasarkan pada aspek kognisi saja.

2. Kedua: Faktor Loyalitas Afektif

Loyalitas tahap dua didasarkan pada aspek afektif konsumen. Sikap merupakan fungsi dari kognisi pengharapan pada periode awal pembelian (masa prakonsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya ditambah kepuasan di periode berikutnya (masa pascakonsumsi)

3. Ketiga: Faktor Loyalitas Konatif

Dimensi konatif (niat melakukan) dipengaruhi oleh perubahan-perubahan afektif terhadap merek. Konasi menunjukkan suatu niat untuk melakukan sesuatu kearah tujuan tertentu. Loyalitas konatif merupakan suatu kondisi loyal yang mencakup komitmen mendalam untuk melakukan pembelian.

4. Keempat: Faktor Loyalitas Tindakan

Meskipun pembelian ulang adalah suatu tindakan yang sangat penting bagi pemasar, penginterpretasian loyalitas hanya pada pembelian ulang saja tidak cukup, karena konsumen yang membeli ulang belum tentu mempunyai sikap positif terhadap barang atau jasa yang dibeli.

2.1.1.4 Indikator Loyalitas Pelanggan

Ramanta, dkk (2021:1020), Loyalitas Pelanggan dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap indikator yang mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, antara lain:

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur:
Yaitu berapa kali pelanggan membeli produk atau menggunakan jasa ini bisa dihitung persatuan waktu
2. Membeli antar lini produk dan jasa:
Yang dilakukan pengukuran diantaranya, berapa kali pelanggan membeli produk lain yang sejenis dari perusahaan lainnya.
3. Mereferensikan kepada orang lain:
Yang dilakukan pengukuran diantaranya, apakah pelanggan pernah merekomendasikan produk atau jasa yang dipergunakan
4. Menunjukkan loyal/kekebalan terhadap tarikan dari pesaing:
Yang dilakukan pengukuran diantaranya, apakah pelanggan pernah tertarik terhadap produk atau jasa perusahaan lainnya.

2.1.2 Teori Tentang Kepercayaan

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Kaunang, dkk (2021:64) Kepercayaan Konsumen adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:202), Kepercayaan Pelanggan adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan bahwa produk mempunyai objek, atribut dan manfaat.

Menurut Romindo (2019:94), kepercayaan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dimana pelanggan mengharapkan penjual akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan kepercayaan pelanggan.

Menurut Suprpto dan Azizi (2020:20), Kepercayaan pelanggan merupakan pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Diza (2016:111), Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Berdasarkan teori di atas bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek. Kepercayaan akan timbul dari benak pelanggan apabila produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan pelanggan pada suatu produk.

2.1.2.2 Jenis-Jenis Kepercayaan

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:202-203), jenis Kepercayaan, antara lain:

1. Kepercayaan Objek-Atribut

Pengetahuan bahwa sebuah objek memiliki atribut khusus disebut kepercayaan objek-attribut. Kepercayaan objek-attribut menghubungkan objek seperti seseorang, barang atau jasa dengan atribut. Melalui kepercayaan objek-attribut, pelanggan menyatakan apa yang mereka ketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

2. Kepercayaan Atribut-Manfaat

Kepercayaan ini merupakan persepsi pelanggan tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu. Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhan mereka, atau dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal.

3. Kepercayaan Objek-Manfaat

Kepercayaan objek-manfaat merupakan persepsi pelanggan tentang seberapa jauh produk, orang, atau jasa tertentu akan memberikan manfaat tertentu.

2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Karakteristik Kepercayaan

Menurut Priansa (2017:118), Kepercayaan dibangun atas sejumlah faktor dalam karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan adalah sebagai berikut:

1. Menjaga Hubungan

Konsumen yang percaya akan senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena ia menyadari bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya.

2. Menerima Pengaruh

Konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan mudah dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasaran untuk program pemasaran menjadi semakin murah.

3. Terbuka dalam Komunikasi

Konsumen yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruktif bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak tersendat.

4. Mengurangi Pengawasan

Konsumen yang percaya biasanya jarang mengkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasan nya terhadap perusahaan/pemasar.

5. Kesabaran

Konsumen yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan konsumen biasa.

6. Memberikan Pembelaan

Konsumen yang percaya akan memberikan pembelaan kepada perusahaan/pemasar ketika produk yang dikonsumsi dikritik oleh kompetitor atau pengguna lainnya.

7. Memberikan Informasi yang Positif

Konsumen yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.

8. Menerima Resiko

Konsumen yang percaya akan menerima resiko apapun ketika ia memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

9. Kenyamanan

Konsumen yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang - ulang karena ia percaya bahwa perusahaan/pemasar memberikannya kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek maupun panjang.

10. Kepuasan

Konsumen yang percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan dibanding konsumen yang tidak percaya.

2.1.2.4 Indikator Kepercayaan

Menurut Kaunang (2021:64), ada 4 indikator dalam variabel kepercayaan, yaitu:

1. Keandalan, merupakan konsistensi dari sebuah kejujuran.
2. Kejujuran, bagaimana perusahaan menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan.
3. Kepedulian, perusahaan yang selalu melayani dengan baik konsumennya.
4. Kredibilitas, kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan untuk

meningkatkan kepercayaan.

2.1.3 Teori Tentang Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut Sudarso (2016:57), Kualitas Pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Ismainar (2015:130), Kualitas Pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Menurut Santoso (2019:46), Kualitas Pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya.

Menurut Mutiawati, dkk (2019:7), Kualitas Pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zaid (2021:55), dimensi kualitas pelayanan terdiri dari:

1. Penyesuaian (*Conformance*)

Penyesuaian mengharuskan standar kualitas ditetapkan untuk banyak proses dan fungsi. Maksudnya adalah untuk mengurangi kesalahan, merampingkan alur kerja, dan menetapkan perilaku yang diperlukan pihak staf.

2. Ekspektasi Pelanggan

Expectation dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kendali manajemen, seperti pengalaman pelanggan sebelumnya, dari mulut ke mulut, dan perilaku pesaing kerja. Kinerja yang berulang kali, atau dengan cara tertentu, gagal memenuhi harapan pelanggan adalah sinyal yang kelas bagi manajemen bahwa perbaikan diperlukan.

3. Persepsi Pasar

Dimensi ketiga kualitas pelayanan adalah evaluasi persepsi pasar terhadap pesaing. Perusahaan menyadari bahwa mereka memiliki pesaing di luar perusahaan lain.

2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pelayanan

Menurut Sunyoto (2014:242-244), meningkatkan mutu jasa tidaklah semudah membalikkan telapak tangan atau menekankan saklar lampu. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Di antara faktor yang perlu mendapat perhatian, yaitu:

1. Mengidentifikasi determinasi utama kualitas jasa, setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu langkah pertama yang dilakukan adalah mengadakan riset untuk mengidentifikasi determinasi jasa yang paling penting bagi pasar sasaran.
2. Mengelola harapan pelanggan, tidak jarang perusahaan berusaha lebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar menjadi terpikat. Hal tersebut menjadi boomerang bagi perusahaan, karena semakin banyak janji yang diberikan semakin besar pula harapan pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan
3. Mengelola bukti kualitas jasa pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan.
4. Harapan pelanggan, umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi mulut ke mulut dan iklan.

2.1.2.4 Tantangan Pengukuran Layanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:79-80), kualitas layanan jauh lebih sukar didefinisikan, dijabarkan dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Sementara ukuran kualitas dan pengendalian kualitas telah lama dikembangkan dan diterapkan untuk barang fisik, upaya yang sama untuk aspek

layanan justru masih dalam tahap perkembangan. Sejauh ini, baru dicapai konsesus dalam tiga hal, yaitu:

1. Kualitas layanan merupakan sikap atau penilaian global terhadap superioritas sebuah layanan.
2. Kualitas layanan berbeda dengan kepausan pelanggan.
3. Dimensi kualitas layanan *offline* dan *online* berbeda.

2.1.3.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020:99-100), dimensi Kualitas Pelayanan yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. Reliabilitas (*Reliability*)
Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*Assurance*)
Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*Empathy*)
Memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian *personal* kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Penampilan fisik fasilitas layanan peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

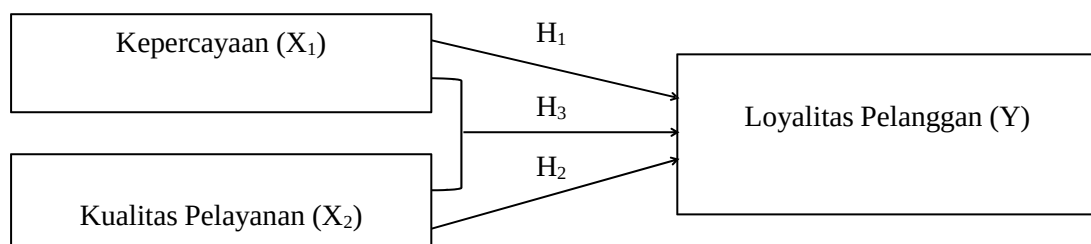
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Yoga Wicaksono, Suryono Budi Santoso (2015) Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro Vol 4 No 4 Tahun 2015 Halaman 1-11 ISSN : 2337-3792 Semarang	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)	Independen X ₁ =Kualitas Pelayanan X ₂ =Kepercayaan Dependen Y ₁ =Loyalitas Pelanggan Y ₂ =Kepuasan Pelanggan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2	Nora Pitri Nainggolan (2018) Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.6, No.1 2018. ISSN : 2549-9491 Batam	Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Great Season Tours and Travel di Kota Batam	Independen X ₁ =Kepuasan X ₂ =Kepercayaan X ₃ =Kemudahan Dependen Y=Loyalitas Pelanggan	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3	Frizky Yuniarta, Ika Barokah S, Gusti Ayu Wulandari (2019) Jurnal Ekonomi	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa	Independen X ₁ =Kepercayaan X ₂ =Kualitas Pelayanan Dependen	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kepercayaan dan Kualitas

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Bisnis dan Akuntansi, Volume VI (1) : 152-158 ISSN : 2355-4665 Jember	Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Y=Loyalitas Konsumen	Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.
4	Muh. Sutrisno Kamarju (2021) Jurnal Ilmiah METANSI STIE Lamappapoleonro Soppeng Vol 4 No. 2, Okt 2021 ISSN: 2621-4547 Sulawesi Selatan	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket di Kantor Pos Cabang Soppeng	Independen X_1 =Kualitas Pelayanan Dependen Y_1 =Kepercayaan Konsumen Y_2 =Loyalitas Konsumen	Hasil menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
5	Irwan Kurniawan, Rr Titin Maidarti, Ris Handayani (2021) Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis. Universitas Pelita Bangsa Vol 2 01-Jan 2021 eSSN : 2716-0238 Medan	Mendorong Loyalitas Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan	Independen X_1 =Kualitas Pelayanan X_2 =Kepercayaan Dependen Y=Loyalitas	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H₁: Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
- H₂: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
- H₃: Terdapat pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Benua Samudera Kargo, Jalan Cemara No. 34 F-G, Medan, Sumatera Utara

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2018:8), Jenis data terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Data kualitatif adalah data yang berbentuk deskriptif atau uraian lain dan pengukurannya tidak dapat menggunakan skala numerik.
2. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif dengan menggunakan skala *likert*.

3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:137), “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya”. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dan pembagian kuesioner kepada responden PT. Benua Samudera Kargo.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:137), “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain,” yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari sumber PT. Benua Samudera Kargo maupun dari internet, dan sebagainya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo selama tahun 2021 sebanyak 210 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo selama tahun 2021 sebanyak 210 orang.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo sebanyak 210 orang, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

n	=	Jumlah sampel
N	=	Jumlah populasi
e	=	Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 5%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{210}{1 + (210)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{210}{1.525}$$

$$n = 137.7$$

$$n = 138$$

Sampel pada penelitian ini adalah 138 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2018:85), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kepercayaan (X ₁)	Kepercayaan Konsumen adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Sumber: Kaunang, dkk (2021:64)	1. Kehandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas Sumber: Kaunang, dkk (2021:64)	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Sumber: Tjiptono dan Chandra (2020:101)	1. Reliabilitas 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik Sumber: Tjiptono dan Chandra (2020:99-100)	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas Pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah. Sumber : Firmansyah (2018:135)	1. Pembelian produk atau penggunaan jasa berulang 2. Pembelian produk atau penggunaan jasa lain 3. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain Sumber: Firmansyah (2018:144)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner), yaitu pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo. Yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yaitu dengan cara penyebaran angket. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*). Menurut Sugiyono (2018:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiono (2018)

2. Wawancara, yang dilakukan kepada karyawan PT. Benua Samudera Kargo pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang fenomena-fenomena yang terjadi di perusahaan.
3. Studi Dokumentasi, peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau

pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = tidak\ valid$

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkain data. Asumsi klasik yang harus

terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada beberapa metode untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut Ghozali (2018:163), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Grafik Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

Output *Normal Probability Plot* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Pelanggan (*dependent variabel*)
- X₁ = Kepercayaan (*independent variabel*)
- X₂ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel Kepercayaan
- b₂ = koefisien variabel Kualitas Pelayanan
- e = persentase kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Kepercayaan; Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kepercayaan; Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97) mengemukakan analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Benua Samudera Kargo

Didirikan pada tahun 2003, PT. Benua Samudera Kargo telah menjadi salah satu perusahaan jasa ekspedisi di Indonesia. Saat ini terdiri dari 3 departemen yaitu *Domestic*, *Eksport* dan *Import*. PT. Benua Samudera Kargo beralamat di Jalan Cemara No. 34 F-G, Medan, Sumatera Utara.

Hal ini dimaksudkan sebagai perusahaan jasa ekspedisi yang ditangani secara professional, terencana yang memiliki jati diri, berkualitas, unggul berkarya dan berorganisasi sehingga dapat memuaskan pelanggan, pemegang saham, karyawan, masyarakat, dan negara. Selalu menjaga dan meningkatkan pelayanan kepada rekanan kerja dan relasi PT. Benua Samudera Kargo.

Dengan fokus tetap pada kepuasan pelanggan dan kepedulian lingkungan, perusahaan telah menerapkan *Total Quality* dan Sistem Manajemen Lingkungan dan terakreditasi dengan ISO 9001 Standar Mutu, dan sebagai perusahaan transportasi dalam beberapa tahun terakhir, PT. Benua Samudera Kargo telah membangun bisnis dengan berfokus pada kualitas pelayanan, merampingkan bagaimana perusahaan bekerja, dan meningkatkan wawasan PT. Benua Samudera Kargo ke dalam kebutuhan yang berkembang yang disesuaikan dengan harapan pelanggan.

4.1.2 Visi, Misi dan Logo PT. Benua Samudera Kargo

4.1.2.1 Visi PT. Benua Samudera Kargo

Menjadi perusahaan ekspedisi terpercaya di Indonesia.

4.1.2.2 Misi PT. Benua Samudera Kargo

1. Mempersiapkan SDM yang berkompeten di bidangnya serta berintegritas tinggi.
2. Memberikan pelayanan prima seperti kecepatan, keamanan dan keselamatan pengiriman barang.
3. Senantiasa menyampaikan informasi serta solusi kreatif untuk memecahkan masalah pelanggan.
4. Memperluas jaringan bisnis dan kemitraan sesuai kebutuhan pasar.

4.1.2.3 Logo PT. Benua Samudera Kargo



Gambar 4.1
Logo PT. Benua Samudera Kargo

4.1.3 Karakteristik Responden

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	78 orang	56,50%
2	Perempuan	60 orang	43,50%
Jumlah		138 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Benua Samudera Kargo berjenis kelamin laki-laki sebanyak 78 orang (56,50%) dikarenakan lebih marketing laki-laki pada setiap perusahaan yang datang ke PT. Benua Samudera Kargo daripada perempuan yang hanya sebanyak 60 orang (43,50%).

4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan Usia seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 21 Tahun	24 orang	17,40%
2	21 – 30 Tahun	31 orang	22,50%
3	31 – 40 Tahun	50 orang	36,20%
4	> 40 Tahun	33 orang	23,90%
Jumlah		138 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Benua Samudera Kargo berusia 31 - 40 tahun yaitu 50 orang

(36,20%) dikarenakan lebih banyak pengusaha atau karyawan yang berada di usia tersebut daripada berusia kurang dari 21 tahun yaitu sebanyak 24 orang (17,40%).

4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan Pekerjaan seperti pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Wiraswasta	26 orang	18,80%
2	Mahasiswa	27 orang	19,60%
3	Karyawan	53 orang	38,40%
4	Lainnya	32 orang	23,20%
Jumlah		138 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Benua Samudera Kargo memiliki pekerjaan sebagai karyawan yaitu 53 orang (38,40%) dikarenakan banyak responden sebagai *marketing* perusahaan yang melakukan komunikasi dengan PT. Benua Samudera Kargo daripada sebagai Wiraswasta yaitu sebanyak 26 orang (18,80%).

4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa

Deskripsi responden berdasarkan intensitas penggunaan jasa seperti pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa

No	Intensitas Penggunaan Jasa	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pertama Kali	16 orang	11,60%
2	Jarang	36 orang	26,10%
3	Sering	45 orang	32,60%

No	Intensitas Penggunaan Jasa	Frekuensi	Persentase (%)
4	Selalu	41 orang	29,70%
Jumlah		138 orang	100 %

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Benua Samudera Kargo memiliki intensitas penggunaan sering yaitu 45 orang (32,60%) dikarenakan banyak pelanggan sudah menaruh rasa percaya kepada PT. Benua Samudera Kargo dan yang paling kecil memiliki intensitas pembelian pertama kali yaitu 16 orang (11,60%).

4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam ini adalah jumlah sampel. Jadi (df) yang digunakan adalah 30-2 = 28 dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kepercayaan (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X₁)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PT. Benua Samudera Kargo memberikan informasi yang benar bagi pelanggannya	0,808	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo selalu menciptakan pelayanan yang baik agar pelanggan selalu nyaman dan beradaptasi dengan lingkungan perusahaan	0,787	0,361	Valid
Pelanggan percaya PT. Benua Samudera Kargo selalu mengutamakan kejujuran dalam proses pengiriman barang ke pelanggan	0,624	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo selalu menginformasikan terlebih dahulu perihal biaya tambahan atau penyempurnaan pelayanan	0,819	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo memiliki kemampuan dalam memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan dalam pengiriman barang	0,677	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo memiliki kemampuan yang baik dalam merespon kebutuhan pelanggannya	0,660	0,361	Valid
Kemampuan karyawan PT. Benua Samudera Kargo dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan, membuat pelanggan merasa puas	0,388	0,361	Valid
Pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang diterima oleh PT. Benua Samudera Kargo akan merekomendasikan kepada orang lain	0,770	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kepercayaan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361. Pernyataan dengan nilai terbesar berada pada nomor keempat yaitu PT. Benua Samudera Kargo selalu menginformasikan terlebih dahulu perihal biaya tambahan atau penyempurnaan pelayanan yang sebesar 0,819 dan pernyataan dengan nilai terkecil berada pada nomor ketujuh yaitu Kemampuan karyawan PT. Benua Samudera Kargo dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan, membuat

pelanggan merasa puas yang sebesar 0,388 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kepercayaan dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Karyawan PT. Benua Samudera Kargo memberikan pelayanan dengan ketepatan waktu pengiriman yang baik	0,747	0,361	Valid
Karyawan PT. Benua Samudera Kargo selalu melakukan pengecekan pada setiap unit yang akan dikirimkan	0,672	0,361	Valid
Karyawan PT. Benua Samudera Kargo memberikan respon dan tanggapan yang baik terhadap setiap keluhan konsumen	0,601	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi pelanggan dalam memberikan kritik dan saran	0,513	0,361	Valid
Konsumen merasa aman dalam bertransaksi	0,641	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo menjamin keamanan pelanggan dalam bertransaksi	0,757	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo memiliki karyawan yang bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	0,552	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan	0,676	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo menyediakan kendaraan yang layak jalan sehingga tidak ada kendala kerusakan pada saat pengiriman	0,505	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,493	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361. Pernyataan dengan nilai terbesar berada pada nomor keenam yaitu

Karyawan PT. Benua Samudera Kargo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan pelanggan yang sebesar 0,757 dan pernyataan dengan nilai terkecil berada pada nomor sepuluh yaitu PT. Benua Samudera Kargo memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang sebesar 0,493 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kualitas Pelayanan dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu melakukan selalu melakukan jasa pengiriman melalui perusahaan	0,608	0,361	Valid
Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu melakukan pengiriman barang melalui perusahaan	0,776	0,361	Valid
PT. Benua Samudera Kargo akan menjadi pilihan pertama saya untuk melakukan pengiriman barang	0,841	0,361	Valid
Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo puas dengan <i>service</i> yang dilakukan karena telah memenuhi harapan konsumen	0,766	0,361	Valid
Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu merekomendasikan perusahaan terhadap teman, sahabat, kerabat karena puas terhadap layanan perusahaan	0,528	0,361	Valid
Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo tidak akan beralih melakukan pengiriman ditempat lain	0,833	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Loyalitas Pelanggan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361. Pernyataan dengan nilai terbesar berada pada nomor ketiga yaitu Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo pernah melakukan jasa pengiriman pada

perusahaan lain tetapi tidak mendapatkan kepuasan yang sebesar 0,841 dan pernyataan dengan nilai terkecil berada pada nomor kelima yaitu Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu merekomendasikan perusahaan terhadap teman, sahabat, kerabat yang sebesar 0,528 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Loyalitas Pelanggan dinyatakan telah valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh, yaitu:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Kepercayaan	0,835	8	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,806	10	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,800	6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.6 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Kepercayaan (X_1), kesepuluh butir *item* untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dan keenam butir *item* untuk variabel Loyalitas

Pelanggan (Y) tersebut tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

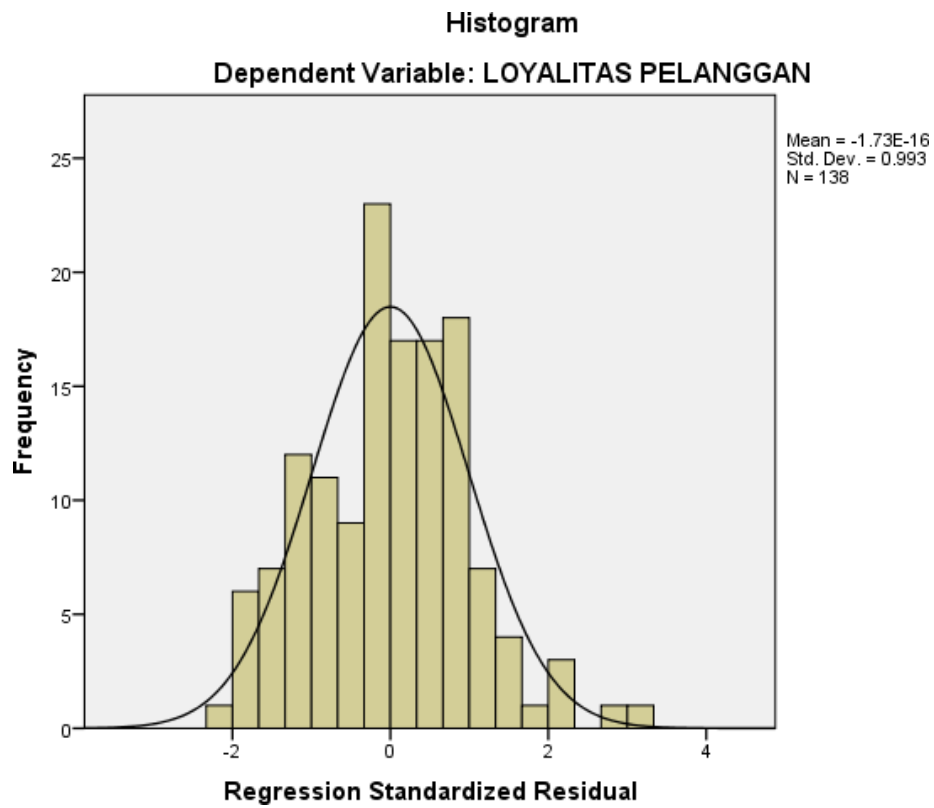
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

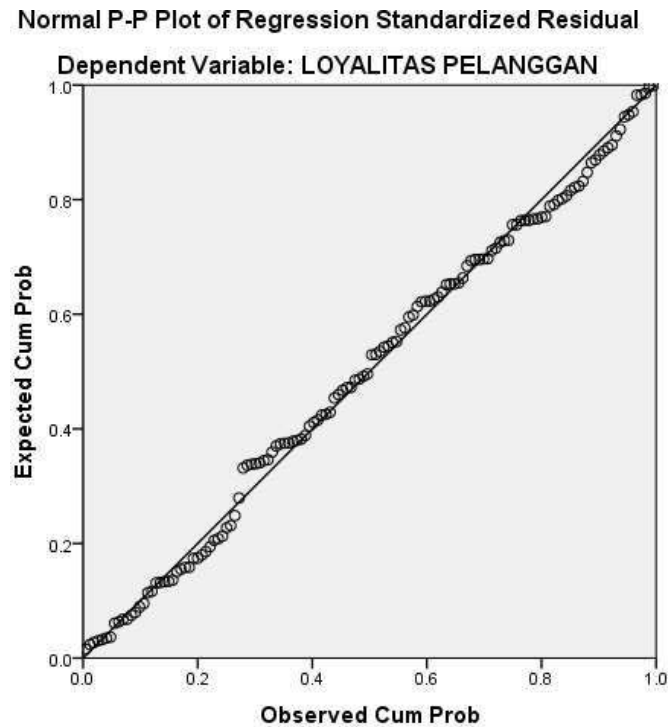
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3.



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Uji One Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44576042
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.044
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.649
Asymp. Sig. (2-tailed)		.794

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,794 lebih besar dari 0,05 ($Sig F > 5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KEPERCAYAAN	.540	1.853
KUALITAS PELAYANAN	.540	1.853

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN
Sumber: Hasil Olah Data, 2022

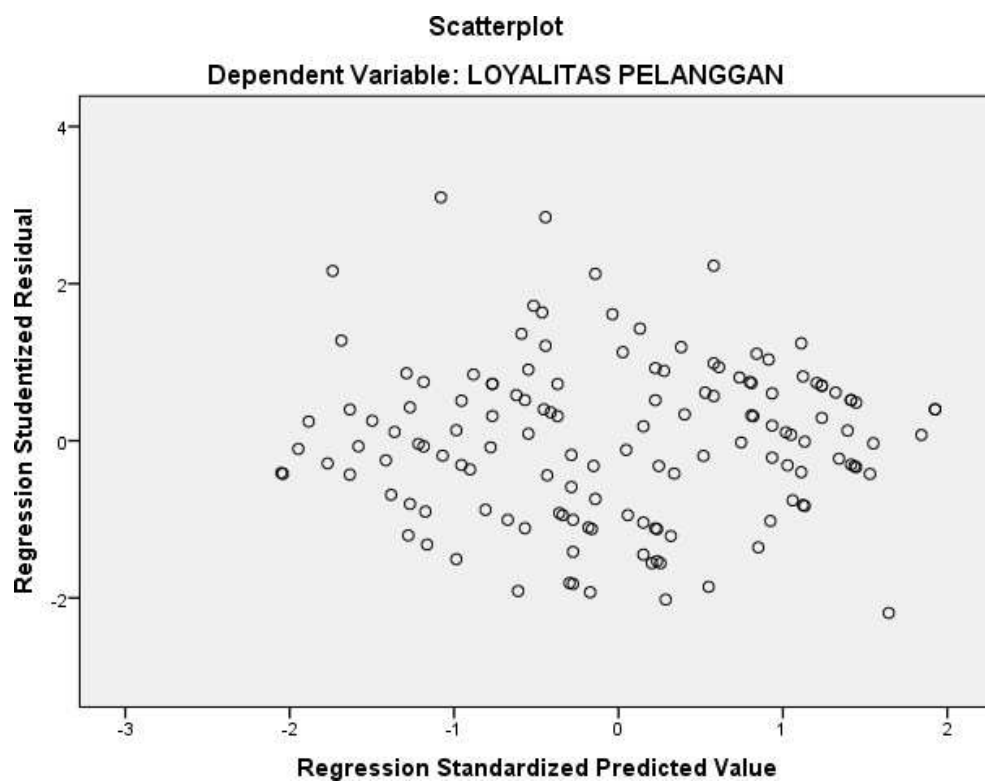
Dari Tabel 4.10 diketahui nilai *Tolerance* yang diperoleh adalah 0,540 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,853 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variens* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4.



Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Loyalitas Pelanggan berdasarkan Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan.

4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 +$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Pelanggan (*dependent variable*)
 X₁ = Kepercayaan (*independent variable*)
 X₂ = Kualitas Pelayanan (*independent variable*)
 a = konstanta
 b₁ = koefisien untuk variabel Kepercayaan
 b₂ = koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan
 e = persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.123	1.438		4.258	.000		
Kepercayaan	.237	.058	.333	4.080	.000	.540	1.853
Kualitas Pelayanan	.264	.048	.450	5.521	.000	.540	1.853

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Dari Tabel 4.11, diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 6,123 + 0,237 \text{ Kepercayaan} + 0,264 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 6,123 artinya: jika Loyalitas Pelanggan yang diteliti konstan, maka Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo adalah sebesar 6,123.
2. 0,237 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kepercayaan (X_1) akan menyebabkan Loyalitas Pelanggan bertambah sebesar 0,237 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dianggap konstan.
3. 0,264 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kualitas Pelayanan (X_2) akan menyebabkan Loyalitas Pelanggan bertambah sebesar 0,264 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kepercayaan (X_1) dianggap konstan.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kepercayaan; Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kepercayaan; Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat kebebasan, dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2 = 138 - 2 = 136$$

Keterangan:

df = derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah Sampel Penelitian

Tabel 4.12
Uji t (Uji Secara Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.123	1.438		4.258	.000
Kepercayaan	.237	.058	.333	4.080	.000
Kualitas Pelayanan	.264	.048	.450	5.521	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.12 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kepercayaan adalah 4,080 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 136 dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,977. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 5,521 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 136 dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,977. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara serempak tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara serempak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 138 - 3 = 135$$

Keterangan :

df = derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Seluruh Variabel Bebas dan Terikat

Tabel 4.13
Uji F (Uji Secara Simultan)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	873.668	2	436.834	71.962	.000 ^a
Residual	819.499	135	6.070		
Total	1693.167	137			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.13 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 71,962 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 135$ maka nilai F_{tabel} adalah 3,06. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.

4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.509	2.464

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.14 diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,516. Hal ini menunjukkan bahwa 51,60% Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dipengaruhi oleh variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 48,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepercayaan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Benua Samudera Kargo karena nilai t_{hitung} sebesar 4,080 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,977. Kepercayaan menunjukkan pengaruh positif atau memiliki hubungan yang searah yang berarti apabila kepercayaan semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Terdapat Pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo”, dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya. Kepercayaan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan pelanggan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Nora Pitri Nainggolan (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Great Season Tours and Travel di Kota Batam” yang

membuktikan bahwa Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dapat diwujudkan dengan menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur dalam menyediakan produk dan jasa, membangun hubungan kemitraan yang telah terjalin, memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam pemenuhan keperluan pelanggan, memberikan kepercayaan atas produk dan jasa yang disediakan dengan jaminan.

Dengan demikian Kepercayaan (X_1) lebih kecil pengaruhnya daripada Kualitas Pelayanan (X_2) dalam hal pengukuran Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo. Oleh karena itu diperkirakan bahwa Kepercayaan (X_1) disebut sebagai suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Benua Samudera Kargo karena nilai t_{hitung} sebesar 5,521 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,977. Program Kualitas Pelayanan merupakan salah satu program yang saat ini dilakukan oleh PT. Benua Samudera Kargo sebagai upaya meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan atau konsumen pasca membeli jasa dari perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan

pelanggan maka sebuah perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal terhadap pelanggannya agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Yoga Wicaksono, Suryono Budi Santoso (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)” yang membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan minat mereferensikan positif atau tidaknya seseorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Dengan demikian Kualitas Pelayanan (X_2) lebih besar pengaruhnya daripada Kepercayaan (X_1) dalam hal pengukuran Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo. Oleh karena itu diperkirakan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) dengan bantuan karyawan perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

4.2.3 Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Benua Samudera Kargo karena nilai F_{hitung} sebesar 71,962 lebih besar dari pada nilai F_{tabel} yang sebesar 3,06. Kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi begitu penting

dalam mendorong loyalitas. Diantara aspek yang diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya, terdapat sebagian yang meneliti aspek internal dan sebagian lainnya meneliti aspek eksternal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dipengaruhi oleh variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan sebesar 51,60%, sedangkan sisanya yaitu 48,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti *Public Relation*, Iklan dan *Brand Experience*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Frizky Yuniarta, Ika Barokah S, Gusti Ayu Wulandari (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*” yang membuktikan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dengan demikian Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh dalam hal pengukuran Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo. Oleh karena itu diperkirakan bahwa Meningkatnya Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dipengaruhi oleh beberapa faktor, beberapa strategi *marketing* yang paling efektif dalam mempengaruhi pelanggan adalah Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh variabel Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar satu-satuan, maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan meningkat.
2. Kepercayaan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Benua Samudera Kargo.
3. Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Benua Samudera Kargo.
4. Kepercayaan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Benua Samudera Kargo.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo dipengaruhi oleh variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. PT. Benua Samudera Kargo diharapkan dapat memperhatikan Kepercayaan (X_1) untuk dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y), seperti:
 - a. Karyawan perusahaan diharapkan lebih sering menyelesaikan permasalahan pelanggan, membuat pelanggan merasa puas. Seperti contohnya dengan *fast respon* akan masalah yang terjadi dilapangan.
 - b. Karyawan perusahaan diharapkan agar dapat memberikan informasi terlebih dahulu perihal biaya tambahan atau penyempurnaan pelayanan harga yang terjangkau agar memicu Loyalitas Pelanggan pada PT. Benua Samudera Kargo.
2. PT. Benua Samudera Kargo diharapkan dapat mempertahankan Kualitas Pelayanan (X_2) untuk dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y), seperti:
 - a. PT. Benua Samudera Kargo harus memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Sebagai perusahaan berkembang, pelayanan dimasa sekarang menjadi pemicu pelanggan kembali lagi melakukan pembelian barang/jasa.
 - b. Karyawan perusahaan dituntut harus memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan pelanggan. Pelayanan yang dimaksud ini adalah dengan memberikan *detail* informasi yang dapat mempermudah pelanggan.

5.3 Saran Akademis

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

a. Menambah variabel penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan selain Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan, misalnya variabel *Public Relation*, Iklan dan *Brand Experience*.

b. Saran Untuk PT. Benua Samudera Kargo

PT. Benua Samudera Kargo diharuskan menjaga Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan yang dimilikinya agar pelanggan tetap melakukan pembelian barang/jasa terhadap perusahaan.

c. Menambah Jumlah Responden.

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 138 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.

- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).

Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Zaid. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan (Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan*. Academia Publication. Jawa Timur.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. BENUA SAMUDERA KARGO”**.

I. Identitas Responden

- | | | | |
|----|----------------------------|---|--|
| 1. | Jenis Kelamin anda | : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan | |
| 2. | Usia anda saat ini adalah | : ☐ < 21 tahun
☐ 31-40 tahun | ☐ 21-30 tahun
☐ >40 tahun |
| 3. | Pekerjaan | : ☐ Wiraswasta
☐ Karyawan | ☐ Mahasiswa
☐ Lainnya |
| 4. | Intensitas Penggunaan Jasa | : ☐ Pertama Kali
☐ Sering | ☐ Jarang
☐ Selalu |

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap benar.

2. Ada lima alternatif pilihan jawaban yaitu:

Keterangan	Skor Nilai
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
RR = Ragu-Ragu	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja

Daftar Pernyataan

1. Variabel Kepercayaan (X_1)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Kehandalan						
1	PT. Benua Samudera Kargo memberikan informasi yang benar bagi pelanggannya					
2	PT. Benua Samudera Kargo selalu menciptakan pelayanan yang baik agar pelanggan selalu nyaman dan beradaptasi dengan lingkungan perusahaan					
Kejujuran						
3	Pelanggan percaya PT. Benua Samudera Kargo selalu mengutamakan kejujuran dalam proses pengiriman barang ke pelanggan					
4	PT. Benua Samudera Kargo selalu menginformasikan terlebih dahulu perihal biaya tambahan atau penyempurnaan pelayanan					
Kepedulian						
5	PT. Benua Samudera Kargo memiliki kemampuan dalam memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan dalam pengiriman barang					
6	PT. Benua Samudera Kargo memiliki kemampuan yang baik dalam merespon kebutuhan pelanggannya					
Kredibilitas						
7	Kemampuan karyawan PT. Benua Samudera Kargo dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan, membuat pelanggan merasa puas					
8	Pelanggan yang puas terhadap pelayanan yang diterima oleh PT. Benua Samudera Kargo akan merekomendasikan kepada orang lain					

2. Variabel Pelayanan (X_1)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Reliabilitas						
1	Karyawan PT. Benua Samudera Kargo memberikan pelayanan dengan ketepatan waktu pengiriman yang baik					
2	Karyawan PT. Benua Samudera Kargo selalu melakukan pengecekan pada setiap unit yang akan dikirimkan					
Daya Tanggap						
3	Karyawan PT. Benua Samudera Kargo memberikan respon dan tanggapan yang baik terhadap setiap keluhan konsumen					
4	PT. Benua Samudera Kargo menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi pelanggan dalam memberikan kritik dan saran					
Jaminan						
5	Konsumen merasa aman dalam beritransaksi					
6	PT. Benua Samudera Kargo menjamin keamanan pelanggan dalam bertransaksi					
Empati						
7	PT. Benua Samudera Kargo memiliki karyawan yang bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan					
8	PT. Benua Samudera Kargo memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan					
Bukti Fisik						
9	PT. Benua Samudera Kargo menyediakan kendaraan yang layak jalan sehingga tidak ada kendala kerusakan pada saat pengiriman					
10	PT. Benua Samudera Kargo memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan					

3. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Melakukan pembelian berulang secara teratur						
1	Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu melakukan jasa pengiriman melalui perusahaan					
2	Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu melakukan pengiriman barang melalui perusahaan					
Membeli antar lini produk dan jasa						
3	PT. Benua Samudera Kargo akan menjadi pilihan pertama saya untuk melakukan pengiriman barang					
4	Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo puas dengan service yang dilakukan karena telah memenuhi harapan konsumen					
Mereferensikan kepada orang lain						
5	Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo selalu merekomendasikan perusahaan terhadap teman, sahabat, kerabat karena puas terhadap layanan perusahaan					
Menunjukkan loyal/kekebalan terhadap tarikan dari pesaing						
6	Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo tidak akan beralih melakukan pengiriman ditempat lain					

Terima Kasih

LAMPIRAN 2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	78	56.5	56.5	56.5
	Perempuan	60	43.5	43.5	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 21 Tahun	24	17.4	17.4	17.4
	21 - 30 Tahun	31	22.5	22.5	39.9
	31 - 40 Tahun	50	36.2	36.2	76.1
	> 40 Tahun	33	23.9	23.9	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	26	18.8	18.8	18.8
	Mahasiswa	27	19.6	19.6	38.4
	Karyawan	53	38.4	38.4	76.8
	Lainnya	32	23.2	23.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Jasa

Intensitas Penggunaan Jasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertama Kali	16	11.6	11.6	11.6
	Jarang	36	26.1	26.1	37.7
	Sering	45	32.6	32.6	70.3
	Selalu	41	29.7	29.7	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Atas Variabel Kepercayaan (X₁)

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X ₁)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X ₁
1	1	5	3	4	5	3	3	3	27
2	4	3	3	5	4	3	5	5	32
3	1	3	2	3	3	3	3	2	20
4	3	3	3	3	3	3	4	3	25
5	3	3	3	5	3	3	3	5	28
6	3	5	3	2	3	5	1	3	25
7	4	4	5	3	4	4	3	4	31
8	3	4	3	3	3	4	3	3	26
9	4	2	2	4	4	2	3	4	25
10	5	3	5	5	5	3	5	5	36
11	1	4	4	3	4	4	3	1	24
12	4	3	5	2	4	3	2	4	27
13	4	4	5	5	4	4	5	4	35
14	5	4	4	4	5	4	4	5	35
15	4	4	5	5	4	4	5	4	35
16	5	4	4	5	5	4	5	5	37
17	5	3	5	4	5	3	4	5	34
18	5	3	4	5	5	3	5	5	35
19	5	3	3	4	5	3	4	5	32
20	4	4	3	5	4	4	5	4	33
21	4	4	3	4	4	4	4	4	31
22	4	4	4	3	4	4	3	4	30
23	2	4	3	3	2	4	3	2	23
24	3	3	2	5	4	4	3	3	27
25	4	4	2	4	4	4	4	4	30
26	4	4	4	3	4	4	3	4	30
27	4	4	2	2	4	4	2	4	26
28	2	2	3	2	4	3	2	2	20
29	4	4	3	4	5	4	4	4	32
30	2	2	3	2	4	3	2	2	20
31	3	3	4	3	4	4	3	4	28
32	3	3	3	3	4	5	3	5	29
33	3	3	4	3	5	4	3	4	29
34	4	4	5	4	5	5	4	5	36
35	4	3	4	3	4	5	3	5	31
36	4	4	4	4	5	5	4	5	35

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X1)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
37	5	5	4	5	4	5	5	5	38
38	4	4	5	4	5	4	4	4	34
39	4	4	5	4	4	4	4	4	33
40	4	4	5	4	5	5	4	5	36
41	5	5	5	5	4	4	5	4	37
42	5	4	5	4	5	4	4	4	35
43	5	4	5	5	5	5	5	5	39
44	5	5	5	5	4	4	5	4	37
45	5	4	5	5	5	5	5	5	39
46	5	5	5	5	4	4	4	4	36
47	5	5	5	5	4	5	4	5	38
48	5	5	2	5	4	4	4	4	33
49	5	5	3	4	4	3	4	3	31
50	5	5	2	4	2	3	2	3	26
51	5	4	4	1	3	3	3	3	26
52	5	5	4	1	4	4	4	4	31
53	5	5	4	4	4	3	4	3	32
54	4	5	4	4	4	2	4	2	29
55	4	5	1	3	4	3	4	3	27
56	4	5	4	3	3	3	3	3	28
57	4	5	4	4	3	3	3	3	29
58	2	1	4	3	2	3	2	2	19
59	1	2	4	5	4	5	4	4	29
60	5	4	4	3	2	3	2	2	25
61	3	4	5	3	3	3	3	3	27
62	5	4	4	3	3	3	3	3	28
63	5	5	4	2	3	2	3	3	27
64	4	5	4	3	4	3	4	4	31
65	4	5	4	3	3	3	3	3	28
66	4	5	4	3	4	3	4	4	31
67	4	4	4	5	5	5	5	5	37
68	5	5	5	3	1	3	1	4	27
69	4	5	5	2	4	2	4	4	30
70	4	5	5	5	4	5	4	4	36
71	4	4	5	4	5	4	5	5	36
72	5	5	4	5	4	5	4	4	36
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	4	4	5	4	5	5	37
75	4	4	5	5	5	5	5	5	38

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X1)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
76	3	2	5	4	5	4	5	5	33
77	5	4	4	5	4	5	4	4	35
78	3	2	4	4	4	4	4	4	29
79	3	3	4	3	4	3	4	4	28
80	3	3	1	3	2	3	2	2	19
81	2	3	4	3	3	3	3	4	25
82	3	4	4	4	4	4	4	4	31
83	3	3	3	3	4	3	4	4	27
84	3	4	3	2	4	2	4	4	26
85	5	5	4	2	4	3	2	3	28
86	3	4	5	4	5	5	4	5	35
87	2	4	4	2	4	3	2	3	24
88	5	4	3	3	4	3	3	3	28
89	4	5	3	3	4	3	3	3	28
90	5	4	4	3	5	4	3	4	32
91	5	5	5	4	5	4	4	4	36
92	4	5	5	3	4	2	4	2	29
93	5	5	2	4	5	4	4	4	33
94	4	5	5	5	4	5	5	5	38
95	5	4	4	4	5	4	4	4	34
96	4	4	5	4	4	5	4	5	35
97	5	4	5	4	5	4	4	4	35
98	4	4	3	5	4	4	5	4	33
99	5	4	5	4	5	5	4	5	37
100	5	5	3	5	5	5	5	5	38
101	1	5	3	4	5	3	3	3	27
102	4	3	3	5	4	3	5	5	32
103	1	3	2	3	3	3	3	2	20
104	3	3	3	3	3	3	4	3	25
105	3	3	3	5	3	3	3	5	28
106	3	5	3	2	3	5	1	3	25
107	4	4	5	3	4	4	3	4	31
108	3	4	3	3	3	4	3	3	26
109	4	2	2	4	4	2	3	4	25
110	5	3	5	5	5	3	5	5	36
111	1	4	4	3	4	4	3	1	24
112	4	3	5	2	4	3	2	4	27
113	4	4	5	5	4	4	5	4	35
114	5	4	4	4	5	4	4	5	35

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X1)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
115	4	4	5	5	4	4	5	4	35
116	5	4	4	5	5	4	5	5	37
117	5	3	5	4	5	3	4	5	34
118	5	3	4	5	5	3	5	5	35
119	5	3	3	4	5	3	4	5	32
120	4	4	3	5	4	4	5	4	33
121	4	4	3	4	4	4	4	4	31
122	4	4	4	3	4	4	3	4	30
123	2	4	3	3	2	4	3	2	23
124	3	3	2	5	4	4	3	3	27
125	4	4	2	4	4	4	4	4	30
126	4	4	4	3	4	4	3	4	30
127	4	4	2	2	4	4	2	4	26
128	2	2	3	2	4	3	2	2	20
129	4	4	3	4	5	4	4	4	32
130	2	2	3	2	4	3	2	2	20
131	3	3	4	3	4	4	3	4	28
132	3	3	3	3	4	5	3	5	29
133	2	3	5	3	2	5	3	3	26
134	3	3	5	3	3	5	3	3	28
135	2	3	5	3	2	5	4	3	27
136	4	3	4	3	4	4	2	3	27
137	2	3	5	3	2	5	3	3	26
138	3	3	5	3	3	5	3	3	28

LAMPIRAN 4

Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN (X ₂)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X ₂
1	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	26
2	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	44
3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	2	3	5	2	3	2	2	3	3	2	27
7	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	35
8	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
9	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	33
10	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
11	3	4	4	3	1	3	3	1	1	2	25
12	2	4	3	2	4	2	2	4	4	2	29
13	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45
14	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
15	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45
16	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
17	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	43
18	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
19	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	43
20	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	35
23	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3	27
24	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	36
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	35
27	2	4	4	2	4	2	2	4	4	2	30
28	2	4	3	2	4	3	3	2	4	4	31
29	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
30	2	4	3	2	4	3	3	2	4	4	31
31	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
32	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	40
33	3	5	4	3	5	4	4	3	5	4	40
34	4	5	5	4	5	5	2	4	5	4	43
35	3	4	5	3	4	5	4	3	4	4	39
36	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	46

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN (X2)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X2
37	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	44
38	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	43
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
41	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44
42	4	5	4	4	5	4	2	4	5	2	39
43	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
44	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	42
45	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
46	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
47	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	44
48	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
49	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	38
50	4	2	3	2	4	3	1	2	3	5	29
51	1	3	3	3	1	3	4	3	2	5	28
52	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	34
53	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	38
54	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	35
55	3	4	3	4	3	3	5	4	3	1	33
56	3	3	3	3	3	3	5	2	3	4	32
57	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	37
58	3	2	3	2	3	3	5	2	3	2	28
59	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	41
60	3	2	3	2	3	3	4	3	5	2	30
61	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	33
62	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2	30
63	2	3	2	3	5	2	3	3	4	3	30
64	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	37
65	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	35
66	3	4	3	4	2	3	4	2	5	4	34
67	5	5	5	5	3	5	2	4	5	3	42
68	3	1	3	1	4	2	4	2	5	4	29
69	2	4	2	4	3	2	2	3	5	5	32
70	5	4	5	4	4	5	3	3	4	4	41
71	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	40
72	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	42
73	5	5	5	5	4	5	4	3	2	4	42
74	4	5	4	5	3	4	4	4	4	2	39
75	5	5	5	5	3	5	4	5	4	3	44

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN (X2)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X2
76	4	5	4	5	3	4	5	1	4	3	38
77	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	3	4	3	4	4	3	4	5	5	3	38
80	3	2	3	2	4	3	5	4	4	4	34
81	3	3	3	3	3	5	4	5	4	5	38
82	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
83	3	4	3	4	4	3	4	5	5	4	39
84	2	4	2	4	4	2	4	5	5	4	36
85	2	4	3	2	2	4	4	4	4	5	34
86	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	44
87	2	4	3	2	2	4	2	4	4	3	30
88	3	4	3	3	3	4	4	2	5	3	34
89	3	4	3	3	3	4	2	3	4	2	31
90	3	5	4	3	3	5	3	4	5	3	38
91	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	40
92	3	4	2	4	3	4	3	4	5	3	35
93	4	5	4	4	4	5	4	2	5	5	42
94	5	4	5	5	5	4	3	4	4	3	42
95	3	5	5	5	3	5	4	2	5	2	39
96	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	41
97	3	4	5	4	3	5	1	3	4	5	37
98	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	30
99	3	2	3	2	3	3	5	4	5	4	34
100	5	4	5	4	3	5	3	2	3	2	36
101	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	28
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
103	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	28
104	2	3	2	3	5	2	3	4	3	4	31
105	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33
106	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	33
107	3	4	3	4	2	3	5	5	5	5	39
108	5	5	5	5	3	5	3	1	3	1	36
109	3	1	3	1	4	2	2	4	2	4	26
110	2	4	2	4	3	2	5	4	5	4	35
111	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
112	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
113	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
114	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	47

RESPONDEN	KUALITAS PELAYANAN (X2)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X2
115	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	45
116	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	46
117	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	43
118	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
119	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
120	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	31
121	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	29
122	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	36
123	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
124	3	4	3	4	4	3	2	4	2	4	33
125	2	4	2	4	4	2	2	4	3	2	29
126	2	4	3	2	2	4	4	5	5	4	35
127	4	5	5	4	4	5	2	4	3	2	38
128	2	4	3	2	2	4	3	4	3	3	30
129	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	33
130	3	4	3	3	3	4	3	5	4	3	35
131	3	5	4	3	3	5	4	5	4	4	40
132	4	5	4	4	4	5	3	4	2	4	39
133	3	4	2	4	3	4	4	5	4	4	37
134	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45
135	3	5	4	3	3	5	4	5	4	4	40
136	4	5	4	4	4	5	3	4	2	4	39
137	3	4	2	4	3	4	4	5	4	4	37
138	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45

LAMPIRAN 5

Jawaban Responden Atas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

RESPONDEN	LOYALITAS PELANGGAN (Y)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
1	3	3	2	3	5	4	20
2	3	5	4	5	3	2	22
3	3	3	2	3	3	3	17
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	2	3	17
6	5	2	3	2	3	4	19
7	4	3	4	3	3	3	20
8	4	3	3	3	3	4	20
9	2	3	4	3	5	5	22
10	3	5	5	5	3	1	22
11	4	2	4	3	2	4	19
12	3	2	4	2	5	4	20
13	4	5	4	5	4	5	27
14	4	4	5	4	5	4	26
15	4	5	4	5	5	5	28
16	4	5	5	5	4	5	28
17	3	4	5	4	5	5	26
18	3	5	5	5	4	5	27
19	3	4	5	4	5	4	25
20	4	5	4	5	4	4	26
21	4	4	4	4	3	4	23
22	4	3	4	3	3	2	19
23	4	3	2	3	3	3	18
24	3	5	4	3	4	4	23
25	4	4	4	4	3	4	23
26	4	3	4	3	2	4	20
27	4	2	4	2	2	4	18
28	2	4	3	2	4	5	20
29	4	5	5	4	2	4	24
30	2	4	3	2	3	4	18
31	3	4	3	3	3	4	20
32	3	4	3	3	3	5	21
33	3	5	4	3	4	5	24
34	4	5	4	4	3	4	24
35	3	4	2	3	4	5	21
36	4	5	4	4	5	4	26

RESPONDEN	LOYALITAS PELANGGAN (Y)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
37	5	4	5	5	4	5	28
38	4	5	4	4	4	4	25
39	4	4	5	4	4	5	26
40	4	5	4	4	5	4	26
41	5	4	4	5	5	5	28
42	4	4	5	4	5	5	27
43	4	5	5	5	5	5	29
44	5	5	4	5	5	5	29
45	4	5	5	5	5	5	29
46	5	4	4	5	5	5	28
47	5	4	5	4	5	5	28
48	5	4	5	4	5	5	28
49	5	4	4	4	5	5	27
50	5	2	4	2	2	2	17
51	4	3	1	3	3	4	18
52	5	4	1	5	2	4	21
53	5	4	4	3	4	5	25
54	5	4	4	3	4	4	24
55	5	4	3	3	4	4	23
56	5	3	3	2	4	4	21
57	5	3	4	3	1	4	20
58	1	2	3	3	4	4	17
59	2	4	3	3	4	4	20
60	4	2	3	5	4	3	21
61	4	3	3	3	4	5	22
62	4	3	3	2	4	5	21
63	5	3	5	5	5	5	28
64	5	4	4	4	4	5	26
65	5	3	4	5	4	5	26
66	5	4	2	5	4	2	22
67	4	5	3	4	4	5	25
68	5	1	4	5	4	3	22
69	5	4	3	4	4	5	25
70	5	4	4	5	5	5	28
71	4	5	4	4	5	5	27
72	5	4	4	3	5	5	26
73	5	5	4	3	5	5	27
74	5	5	3	5	4	5	27
75	4	5	3	4	5	5	26

RESPONDEN	LOYALITAS PELANGGAN (Y)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
76	2	5	3	3	4	4	21
77	4	4	4	2	5	4	23
78	2	4	4	2	5	3	20
79	3	4	4	4	4	3	22
80	3	2	4	2	4	4	19
81	3	3	3	3	4	5	21
82	4	4	4	3	1	4	20
83	3	4	4	3	4	3	21
84	4	4	4	4	4	4	24
85	5	2	2	3	3	4	19
86	4	4	4	4	3	5	24
87	4	2	2	5	4	3	20
88	4	3	3	4	5	4	23
89	5	3	3	4	4	4	23
90	4	3	3	4	3	4	21
91	5	4	4	5	3	5	26
92	5	4	3	4	4	3	23
93	5	4	4	5	5	4	27
94	5	5	5	5	5	3	28
95	4	4	4	5	2	5	24
96	4	4	4	5	5	4	26
97	4	4	4	5	4	4	25
98	2	5	5	5	5	4	26
99	4	4	4	4	5	5	26
100	4	5	5	4	5	4	27
101	3	5	4	5	3	2	22
102	3	3	2	3	3	3	17
103	3	3	3	3	3	3	18
104	3	3	3	3	2	3	17
105	5	2	3	2	3	4	19
106	4	3	4	3	3	3	20
107	4	3	3	3	3	4	20
108	2	3	4	3	5	5	22
109	3	5	5	5	3	1	22
110	4	2	4	3	2	4	19
111	3	2	4	2	5	4	20
112	4	5	4	5	4	5	27
113	4	4	5	4	5	4	26
114	4	5	4	5	5	5	28

RESPONDEN	LOYALITAS PELANGGAN (Y)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
115	4	5	5	5	4	5	28
116	3	4	5	4	5	5	26
117	3	5	5	5	4	5	27
118	3	4	5	4	5	4	25
119	4	5	4	5	4	4	26
120	4	4	4	4	3	4	23
121	4	3	4	3	3	2	19
122	4	3	2	3	3	3	18
123	3	5	4	3	4	4	23
124	4	4	4	4	3	4	23
125	4	3	4	3	2	4	20
126	4	2	4	2	2	4	18
127	2	4	3	2	4	5	20
128	4	5	5	4	2	4	24
129	2	4	3	2	3	4	18
130	3	4	3	3	3	4	20
131	3	4	3	3	3	5	21
132	3	5	4	3	3	5	23
133	4	4	5	4	4	4	25
134	4	5	4	4	4	5	26
135	5	4	4	5	5	4	27
136	5	5	5	5	4	4	28
137	5	5	5	5	4	5	29
138	5	5	5	5	5	5	30

LAMPIRAN 6

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.429*	.495**	.461*	.578**	.356	.277	.972**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.018	.005	.010	.001	.053	.138	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.429*	1	.346	.949**	.373*	.580**	.281	.404*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.018		.061	.000	.042	.001	.133	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.495**	.346	1	.350	.530**	.195	.005	.491**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.005	.061		.058	.003	.302	.979	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.461*	.949**	.350	1	.422*	.631**	.286	.435*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.058		.020	.000	.125	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.578**	.373*	.530**	.422*	1	.230	-.034	.524**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.001	.042	.003	.020		.222	.859	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.356	.580**	.195	.631**	.230	1	.244	.295	.660**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.302	.000	.222		.193	.114	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.277	.281	.005	.286	-.034	.244	1	.261	.388*
	Sig. (2-tailed)	.138	.133	.979	.125	.859	.193		.163	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.972**	.404*	.491**	.435*	.524**	.295	.261	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.006	.016	.003	.114	.163		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.808**	.787**	.624**	.819**	.677**	.660**	.388*	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.034	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	8

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Correlations											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL P
P1 Pearson Correlation	1	.530**	.209	.613**	.456*	.887**	.211	.252	.219	.021	.747**
Sig. (2-tailed)		.003	.267	.000	.011	.000	.264	.179	.245	.912	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.530**	1	.200	.236	.842**	.643**	.040	.337	.201	.197	.672**
Sig. (2-tailed)	.003		.290	.210	.000	.000	.833	.069	.286	.296	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.209	.200	1	-.059	.238	.090	.927**	.490**	.279	.453*	.601**
Sig. (2-tailed)	.267	.290		.757	.205	.637	.000	.006	.135	.012	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.613**	.236	-.059	1	.215	.635**	-.033	.132	.157	-.104	.513**
Sig. (2-tailed)	.000	.210	.757		.253	.000	.864	.485	.406	.584	.004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.456*	.842**	.238	.215	1	.624**	.120	.292	.045	.147	.641**
Sig. (2-tailed)	.011	.000	.205	.253		.000	.529	.117	.813	.439	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.887**	.643**	.090	.635**	.624**	1	.070	.294	.188	.053	.757**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.637	.000	.000		.715	.115	.320	.782	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.211	.040	.927**	-.033	.120	.070	1	.462*	.312	.369*	.552**
Sig. (2-tailed)	.264	.833	.000	.864	.529	.715		.010	.093	.045	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.252	.337	.490**	.132	.292	.294	.462*	1	.369*	.801**	.676**
Sig. (2-tailed)	.179	.069	.006	.485	.117	.115	.010		.045	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9 Pearson Correlation	.219	.201	.279	.157	.045	.188	.312	.369*	1	.423*	.505**
Sig. (2-tailed)	.245	.286	.135	.406	.813	.320	.093	.045		.020	.004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10 Pearson Correlation	.021	.197	.453*	-.104	.147	.053	.369*	.801**	.423*	1	.493**
Sig. (2-tailed)	.912	.296	.012	.584	.439	.782	.045	.000	.020		.006
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P Pearson Correlation	.747**	.672**	.601**	.513**	.641**	.757**	.552**	.676**	.505**	.493**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.002	.000	.004	.006	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	10

LAMPIRAN 8

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.234	.469**	.315	.074	.411*	.608**
	Sig. (2-tailed)		.213	.009	.090	.699	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.234	1	.535**	.879**	.262	.562**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.213		.002	.000	.163	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.469**	.535**	1	.536**	.293	.892**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.009	.002		.002	.116	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.315	.879**	.536**	1	.219	.457*	.766**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000	.002		.246	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.074	.262	.293	.219	1	.368*	.528**
	Sig. (2-tailed)	.699	.163	.116	.246		.046	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.411*	.562**	.892**	.457*	.368*	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.024	.001	.000	.011	.046		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.608**	.776**	.841**	.766**	.528**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

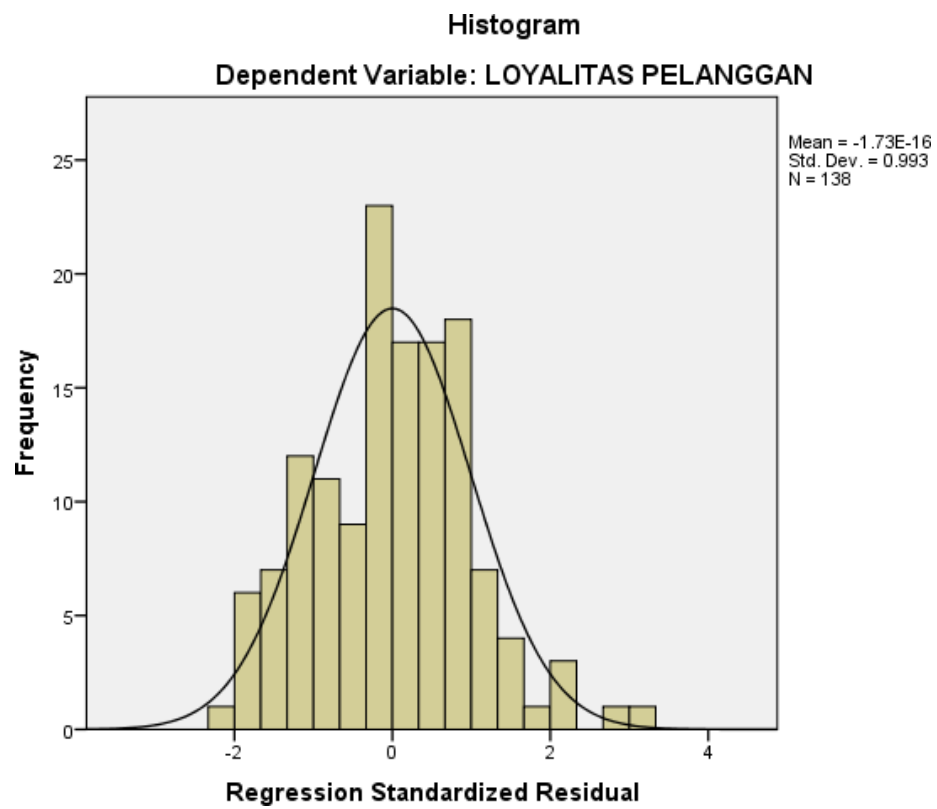
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

LAMPIRAN 9

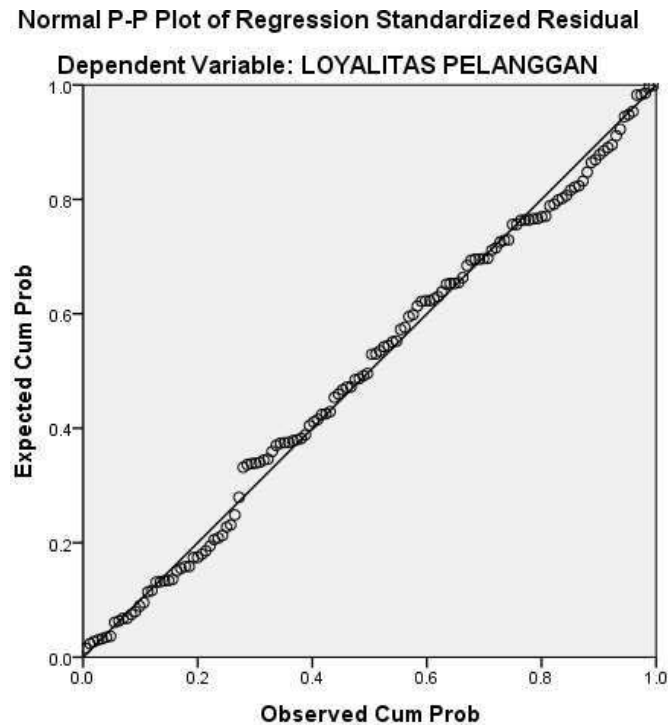
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- Histogram



- **Normal P Plot**



- **Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44576042
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.044
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.649
Asymp. Sig. (2-tailed)		.794

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

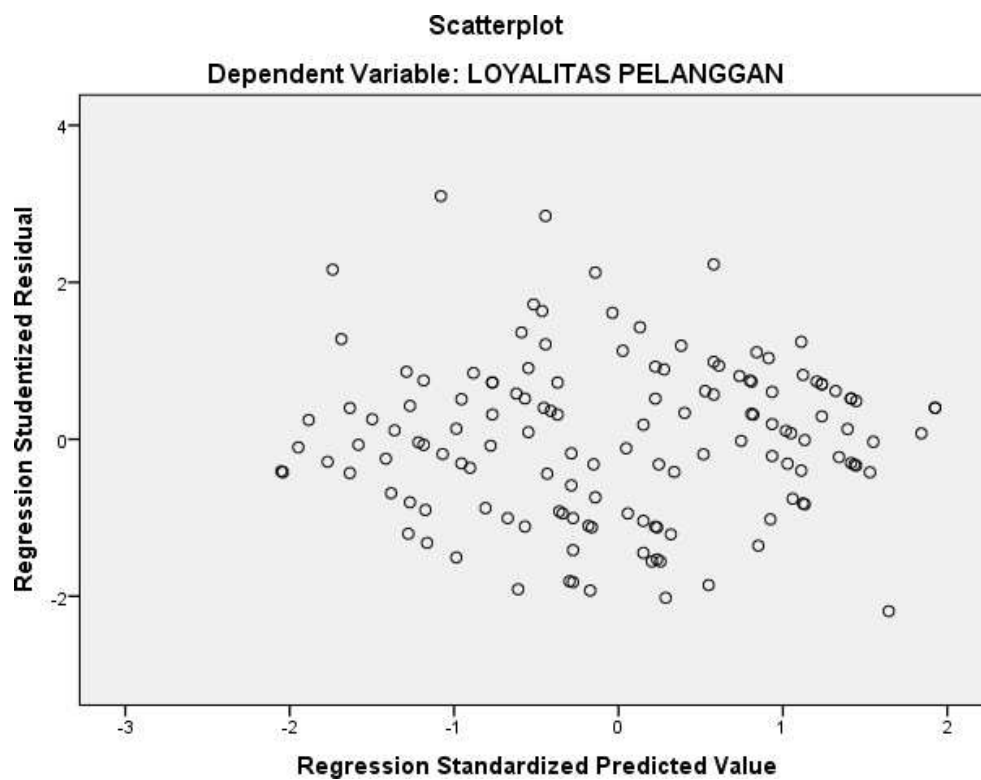
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kepercayaan	.540	1.853
Kualitas Pelayanan	.540	1.853

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

c. Uji Heteroskedastisitas

- Scatterplot



LAMPIRAN 10

Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

a. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.123	1.438		4.258	.000		
Kepercayaan	.237	.058	.333	4.080	.000	.540	1.853
Kualitas Pelayanan	.264	.048	.450	5.521	.000	.540	1.853

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Uji Hipotesis

• Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.123	1.438		4.258	.000
Kepercayaan	.237	.058	.333	4.080	.000
Kualitas Pelayanan	.264	.048	.450	5.521	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

- **Uji F**

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	873.668	2	436.834	71.962	.000 ^a
	Residual	819.499	135	6.070		
	Total	1693.167	137			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.509	2.464

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 2012

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 28 September 2021

Nomor : 1885/R/STIE-EP/IX/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT. Benua Samudera Kargo
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Jeffry
NIM	: 181010223
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Benua Samudera Kargo Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



PT. BENUA SAMUDERA KARGO

Domestic & International Forwarding Agent

Jl. Cemara No 34 F-G

Telp. (62-61) 80033325, 80033326, 80033327

Fax. (62-61) 80033328

Medan 20239, Sumatera Utara, Indonesia

Email : bs_kargo@yahoo.co.id

liemulyadi@ymail.com

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Mulyadi

Jabatan : Direktur

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Jeffry

Nim : 181010223

Kelas : Pemasaran B

Jurusan : Manajemen Pemasaran (S1)

Adalah mahasiswa dari STIE Eka Prasetya yang benar-benar telah melakukan penelitian di PT. Benua Samudera Kargo mengacu pada surat observasi dari STIE Eka Prasetya dengan nomor 1885/R/STIE-EP/IX/2021 dengan Judul " Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Benua Samudera Kargo".

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Medan 12 Januari 2022

Hormat Kami,



Direktur



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Jerry
NIM : 181010223
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
	Jumat 13-03-2020	ERVINA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Customer Browsing dan Distribusi Terhadap keputusan Pembelian Pada Pt. HASANAH MAHMUD SEJATI JAYA	ERVINA 161010069	
	Jumat 13-03-2020	HARTANTO LUNARDY JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keputusan Memilih Sekolah di Hong Kong	161010009	
	Jumat 13-03-2020	Rudi SUSANTO JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Persepsi Lingkungan dan Harga Terhadap Loyalitas Terhadap PT. SICEPAT EKSPRES MEDAN	161010150	
	Kamis 04-03-2021	Fenny Tjiawie JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen pada jasa Pengangkutan barang jaya	171010020	
	Kamis 04-03-2021	CHYNITA LENWISKY JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Komunikasi, Promosi dan Persepsi Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kibbi (Gitu) Kibbi Pada Mahasiswa/i SII EKA PRASETYA MEDAN	171010016	
	Kamis 04-03-2021	Felicia Vito JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Komunikasi dan Kreativitas Terhadap Keputusan Pada Pt. Sukasa Selenia Sentosa	181010262	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/jadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 08 April 2021
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : JEFFERY
NIM : 181010223
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Kelas : Pemasaran B
Nomor HP, No. WA : 0895334118283 Email : jeffery.ang2302@gmail.com
Alamat Tinggal : Jln. Lalang Pongang Lk XII
Dosen Pembimbing Akademis : TTD :

Dosen Pembimbing I : Ir. Jolina Gusina S.E., M.M.
Dosen Pembimbing II : Ir. Yuni Polystyrene S.E., M.Si
Mahasiswa : Jeffery

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing	
			I	II
1	9/9-2021	Pengecekan judul dengan doping 1		
2	20/9-2021	Ace judul dengan doping 2		
3	27/9-2021	Ace judul dengan doping 1		
4	6/12-2021	- Perbaiki cover - perbaiki data di bab 1		
5	10/12-2021	- Tambahkan teori Faktor 1 - perbaiki data populasi dan sampel		
6	19/12-2021	- Tambahkan teori Faktor 2 ke dalam rumus hasil selanjutnya		
7		- perbaiki kesalahan kata yang tidak sesuai		
8	17/12-2021	- perbaiki data		
9	14/1-2022	lanjut ke pembimbing 1		
10		- LB masalah / Fenomena Variabel		
11		X1 & X2, Identifikasi Masalah		
12		- Cari review Penelitian terdahulu		
13		- Populasi & Sampel bab. 3		
14	18/1-2022	- Review / LB & Identifikasi Masalah		
15	19/1-2022	- ace acc seminar proposal		
16	20/1-2022	Ace Seminar Proposal		
17	25/5-2022	perbaiki uraian validasi dan Reliabilitas		
18		lampiran akhir D.III, Tabel, dan		
19	31/5-2022	Ace semua lanjut Pembimbing 1		
20		- Paparan Lasi Selanjutnya Lanjut & Penulisan		
21		- ace acc sidang Meja Sijarah		
22				
23				
24				
25				

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Jeffry
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 23 November 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Lalang Panjang LK XIII
Alamat Email : jeffry.ang.2302@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 085363063360

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Dr. Wahidin Sudirohusodo
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2015 : SMP Dr. Wahidin Sudirohusodo
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018 : SMA Dr. Wahidin Sudirohusodo
4. Tahun 2018 s/d Tahun 2021 : STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Juli 2018 s/d Sekarang : PT. Benua Samudera Kargo

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Paimun / Tjiu lie
Pekerjaan : Wiraswasta
Handphone (HP) : 085361238291
Alamat : Jl. Lalang Panjang LK XIII

Nama Ibu : Tjiu Pang
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 085928084798
Alamat : Jl. Lalang Panjang LK XIII

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 08 Juni 2022
Penulis,



Jeffry
181010223