

**PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU,
KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Jasa Pengiriman J&T *Express* Bendan
Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

DINA FITRIANI

NIM : 2013115197

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2022**

**PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU,
KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Jasa Pengiriman J&T *Express* Bendan
Kota Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

DINA FITRIANI

NIM : 2013115197

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **DINA FITRIANI**
NIM : **2013115197**
Judul skripsi : **PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada jasa pengiriman J&T Express Bendan Kota Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 07 Juni 2022

Yang Menyatakan,



DINA FITRIANI
NIM 2013115197

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si

Perum Gria Alya No. A 10 Petukangan Wiradesa Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dina Fitriani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara/I :

Nama : Dina Fitriani

NIM : 2013115197

Judul : Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada jasa pengiriman J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan).

Dengan ini kami mohon agar Skripsi Saudara/I tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 07 Juni 2022

Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 198301182015031001



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **DINA FITRIANI**

NIM : **2013115197**

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Jasa Pengiriman J&T Express Bendan Kota Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 18 Juli 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Achmad Tubagus Surur, M. Ag.
NIP. 19691227 199803 1 004

Penguji II

Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I
NIP. 19900212 201903 1 006

Pekalongan, 18 Juli 2022

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH.,MH.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Jika engkau ingin memuji seseorang, maka pujilah Allah, karena tak ada yang melebihi dalam memberi kepadamu, lebih lembut dan lebih santun selain Allah.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Apapun yang kita lakukan, orang-orang akan tetap menilai semau mereka. Komentar ini, komentar itu. Maka, biarkan saja orang-orang sibuk berkomentar. Kita memilih fokus untuk terus berusaha, jangan buat kita jadi selevel dengan mereka.”

(Tere Liye)

PERSEMBAHAN

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkahku. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada Bapak Drajat Stiawan, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menulis skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tuaku, Alm. Bapak Farozzi dan Ibu Kustinah yang tidak pernah lelah mengasuh, membimbing, serta mencurahkan segala upaya untukku sedari aku kecil hingga sekarang.
3. Kepada kakakku, Maulida yang selalu mendoakan, memberikan materi, motivasi serta semangat kepada peneliti.
4. Kepada sahabatku Solekhah yang selalu memberikan semangat, terimakasih banyak karena sudah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga silaturahmi kita tetap akan selalu terjalin.
5. Kepada sahabatku Fidia Oktaviani, Novi Nasukha, Zulvatul Analiah yang setia menemani hingga akhir perkuliahan, selalu mendengar keluh kesah selama perkuliahan. Terimakasih telah berjuang bersama.
6. Kepada teman-teman Ekosy D angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan.
7. Kepada teman-teman KKN 47 kelompok 33, terima kasih telah memberikan sedikit banyak kenangan selama KKN di Desa Peguyangan.
8. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

ABSTRAK

Dina Fitriani. 2022. PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS BENDAN KOTA PEKALONGAN). Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dosen Pembimbing: Drajat Stiawan, M.Si.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan meningkatnya kebutuhan hidup manusia terhadap jasa pengiriman barang. Hal ini membuat perusahaan giat berkompetensi merebutkan pangsa pasarnya. Perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam loyalitas konsumen, antara lain harga, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Namun, ada kesenjangan (*gap*) antara teori dengan fakta pada penelitian-penelitian terdahulu. Selain itu hasil penelitian berbeda-beda juga menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) mengenai Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan sampelnya menggunakan *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan metode analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil uji t variabel harga $t_{hitung} - 2,060 > t_{tabel} 1,98609$, hasil ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji t variabel ketepatan waktu $t_{hitung} - 0,067 < t_{tabel} 1,98609$, hasil ini menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji t variabel kepercayaan $t_{hitung} - 0,013 < t_{tabel} 1,98609$, hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji t variabel kemudahan penggunaan $t_{hitung} 2,363 > t_{tabel} 1,98609$, hasil ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji F dilihat dari $F_{hitung} 2,956 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai sig $0,024 < 0,05$ maka secara simultan variabel independen yaitu harga (X_1), ketepatan waktu (X_2), kepercayaan (X_3), dan kemudahan penggunaan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen (Y). Variabel harga, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 13,7% dan sisanya 86,3% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Harga, Ketepatan Waktu, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Dina Fitriani. 2022. THE INFLUENCE OF PRICE, TIMELINESS, TRUST, AND EASY OF USE ON CONSUMER LOYALTY (CASE STUDY ON J&T EXPRESS BENDAN DELIVERY SERVICES IN PEKALONGAN CITY). Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Islamic Business UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dosen Pembimbing: Drajat Stiawan, M,Si.

This research was conducted based on the increasing needs of human life for goods delivery services. This makes the company actively competent to seize its market share. Companies must pay attention to the factors that influence consumer loyalty, including price, timeliness, trustworthiness, and ease of use. However, there is a gap between theory and facts in previous studies. In addition, different research results also indicate a gap regarding the Effect of Price, Timeliness, Trust, and Ease of Use on Consumer Loyalty.

This type of research is a field research and uses a quantitative approach. Determination of the sample using non-probability sampling. The sampling technique used accidentalsampling method. The data collection technique in this study was a questionnaire, and the method of analysis used multiple linear regression.

The results of the t-test of the price variable $t_{count} - 2.060 > t_{table} 1.98609$, these results indicate that the price variable has a significant effect on consumer loyalty. The results of the t-test of the timeliness variable $t_{count} - 0.067 < t_{table} 1.98609$, these results indicate that the timeliness variable has no significant effect on consumer loyalty. The results of the t-test of the trust variable $t_{count} - 0.013 < t_{table} 1.98609$, these results indicate that the trust variable has no significant effect on consumer loyalty. The results of the t-test of the ease of use variable $t_{count} 2,363 > t_{table} 1,98609$, these results indicate that the ease of use variable has a significant effect on consumer loyalty. The results of the F test are seen from $F_{count} 2.956 > F_{table} 2.47$ and sig value $0.024 < 0.05$ then simultaneously the independent variables, namely price (X_1), timeliness (X_2), trustworthiness (X_3), and ease of use (X_4) have a significant effect on the dependent variable, namely consumer loyalty (Y). The variables of price, timeliness, trustworthiness, and ease of use simultaneously have a significant effect on consumer loyalty by 13.7% and the remaining 86.3% are influenced by other variables outside the study.

Keywords: Price, Punctuality, Trust, Ease of Use, Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “*PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Jasa Pengiriman J&T Express Bendan Kota Pekalongan)*” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, SE.MM., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Happy Sista Devy M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Drajat Stiawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi saya dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Abdul Aziz, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staf.
9. Kepada pihak *J&T Express Bendan Kota Pekalongan* yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang penulis perlukan.

10. Kedua Orang Tua yang saya sayangi Alm. Bapak Farozi dan Ibu Kustinah yang senantiasa memanjatkan doa, serta selalu memberikan dukungan kepada penulis.
11. Keluarga besar serta orang-orang terdekat yang telah memberikan semangat kepada penulis.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca mupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekalongan,07 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	14
D. Tujuan Penelitian.....	14
E. Manfaat Penelitian	15
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Deskripsi Teori	17
1. Loyalitas Konsumen.....	17
a. Pengertian Loyalitas	17
b. Klasifikasi Loyalitas	19
c. Merancang dan Menciptakan Loyalitas Konsumen	22
d. Keuntungan Konsumen yang Loyal	23
e. Indikator Loyalitas Konsumen	25
2. Harga	25
a. Pengertian Harga	25
b. Tujuan Penetapan Harga	26
c. Mengukur Harga.....	27
d. Dimensi dan Indikator Harga	28
e. Harga Menurut Perspektif Islam.....	28
3. Ketepatan Waktu	35
a. Pengertian Ketepatan Waktu.....	35
b. Faktor- Faktor yang mempengaruhi Waktu Pengiriman	38
c. Indikator Ketepatan Waktu	33
d. Ketepatan Waktu menurut Islam	33
4. Kepercayaan	37
a. Pengertian Kepercayaan	37
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan	39
c. Indikator Kepercayaan.....	40
d. Kepercayaan Menurut Islam.....	42

5. Kemudahan Penggunaan	43
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan	43
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kemudahan Penggunaan	45
c. Indikator Kemudahan Penggunaan.....	45
d. Kemudahan Penggunaan Menurut Islam.....	45
B. Tinjauan Pustaka	47
C. Kerangka Berpikir	55
D. Hipotesis.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	61
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	61
1. Jenis Penelitian	61
2. Pendekatan Penelitian.....	61
B. Setting Penelitian	62
C. Variabel Penelitian	62
1. Jenis Variabel Penelitian	62
2. Definisi Operasional Variabel.....	63
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	65
1. Populasi	65
2. Teknik Pengambilan Sampel	65
E. Sumber Data.....	67
F. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	67
1. Instrumen Penelitian	67
2. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	68
G. Metode Analisis Data	70
1. Uji Kualitas Data	70
a. Uji Validitas	70
b. Uji Reliabilitas	71
2. Uji Asumsi Klasik.....	71
a. Uji Normalitas.....	71
b. Uji Multikolinearitas	72
c. Uji Heteroskedastisitas	73
3. Analisis Regresi Linier Berganda	74
4. Uji Hipotesis	75
a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	75
b. Uji Signifikan Simultan (Uji statistik F).....	76
c. Koefisien Determinasi	76
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	78
A. Deskripsi Data	78
1. Gambaran Umum Penelitian	78
a. Logo Perusahaan.....	78
b. Susunan Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab.....	79
c. Visi dan Misi J&T Express	79
2. Deskripsi Data Penelitian	79
3. Karakteristik Responden.....	80
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi.....	82
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	83
e. Distribusi Persentase Jawaban Responden	84
B. Analisis Data	93
1. Uji Kualitas Data	93
a. Uji Validitas	93
b. Uji Reliabilitas	94
2. Uji Asumsi Klasik.....	95
a. Uji Normalitas.....	95
b. Uji Multikolonieritas.....	98
c. Uji Heteroskedastisitas	99
3. Analisis Regresi Linier Berganda	102
4. Uji Hipotesis	103
a. Uji t (Uji Parsial).....	103
b. Uji F (Uji Simultan).....	105
c. Koefisien Determinasi	106
C. Pembahasan Hasil Penelitian	108
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan t individu, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan t individu sekaligus.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	\$	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	\$	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	,	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah		Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-barr*

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Penjualan Layanan Jasa Kurir,	4
Tabel 1.2	Perbandingan Harga Pengiriman J&T <i>Express</i> dengan Pesaing,	7
Tabel 1.3	Jumlah Pengiriman Delivery <i>Drop Point</i> J&T <i>Express</i> Bendan,	11
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu,	47
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian,	63
Tabel 3.2	Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert,	68
Tabel 4.1	Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin,	41
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia,	41
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan atau Profesi,	82
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan,	83
Tabel 4.5	Distribusi Persentase Respon Jawaban Harga,	84
Tabel 4.6	Distribusi Persentase Respon Jawaban Ketepatan Waktu,	84
Tabel 4.7	Distribusi Persentase Respon Jawaban Kepercayaan,	87
Tabel 4.8	Distribusi Persentase Respon Jawaban kemudahan Penggunaan,	89
Tabel 4.9	Distribusi Persentase Respon Jawaban Loyalitas Konsumen,	91
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas,	93
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas,	95
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas,	98
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas,	99
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas,	100
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda,	102
Tabel 4.16	Hasil Uji t (Uji Parsial),	104
Tabel 4.17	Hasil Uji F (Simultan),	106
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi,	107

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir, 59
- Gambar 3.1 Kurva Uji t, 75
- Gambar 3.2 Kurva Uji f, 76
- Gambar 4.1 Grafik Histogram, 96
- Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot, 97
- Gambar 4.3 Diagram Uji Scatterplot, 101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian, I

Lampiran 2 : Surat Keterangan Telah Selesai Penelitian, II

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian, III

Lampiran 4 : Tabulasi Data Kuesioner, VII

Lampiran 5 : Rumus dan Hasil Perhitungan Statistik, XIII

Lampiran 6 : Hasil Uji Instrumen, Uji Validitas, Dan Reabilitas, XIX

Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup, XXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang luar biasa terhadap berbagai sektor, khususnya sektor perekonomian. Dimana keberadaan UMKM memberikan peranan yang cukup besar terhadap laju perekonomian. Implementasi *e-marketing* melalui *marketplace* yang dilakukan oleh para pengusaha UMKM sudah sesuai prosedur. Menurut Strauss dan Frost (2009), *e-marketing* adalah penggunaan teknologi informasi dalam suatu proses untuk membuat, berkomunikasi, dan menambahkan nilai (*value*) kepada konsumen. *E-marketing* sangatlah berpengaruh pada pemasaran. Pertama, *e-marketing* mampu meningkatkan efisiensi yang tidak dimiliki dalam fungsi pemasaran tradisional. Kedua, teknologi dari *e-marketing* mampu merubah banyak strategi pemasaran. Hasil perubahan dalam model bisnis baru ini mampu menambah nilai (*value*) konsumen dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, *e-marketing* memberikan dampak positif di tengah pandemi covid-19 pada ketahanan UMKM di Kota Pekalongan dengan tetap melakukan proses produksi dan distribusi barang kepada konsumen, sehingga kegiatan usaha tetap berjalan dan menghasilkan nilai ekonomi yang stabil. Pemerintah Kota Pekalongan melalui Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM mencatat jumlah UMKM di Kota Pekalongan mencapai 22.983 pelaku usaha. Puluhan ribu pelaku usaha tersebut bergerak di bidang usaha batik, kuliner, canting, *crafting*, tenun, makanan, *snack*, dan yang lainnya (Nurhanyanti dan Ardiansyah, 2021). Pemkot

Pekalongan meminta para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memanfaatkan aplikasi Klinik *Cyber* sebagai sarana untuk mempromosikan produk usahanya. Pemasaran secara digital diharapkan agar produk lebih dikenal secara luas oleh konsumen. Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kota Pekalongan Budiyanto mengatakan, pihaknya siap memfasilitasi para pelaku UMKM agar tetap bertahan di tengah masa pandemi covid-19 seperti dengan melakukan pelatihan maupun sosialisasi. Pada pelatihan itu, para pelaku UMKM akan diberikan cara bagaimana memasarkan produknya secara *daring*. Budiyanto menegaskan pada layanan Klinik *Cyber* UMKM, pihaknya berupaya mewadahi dan memfasilitasi para UMKM untuk memajang dan mempromosikan usaha-usaha mereka dalam sistem *daring*. Jadi sistemnya seperti pasar (*marketplace*), untuk sistem transaksinya antara penjual dan pembeli langsung karena di situ sudah terlampir akun media sosial penjual, di antaranya nomer *WhatsApps* jika konsumen ingin membeli produk UMKM tersebut. Dengan adanya bisnis jual beli online yang dilakukan oleh masyarakat yang terdiri dari para pelaku usaha online maupun perusahaan-perusahaan toko online, maka para pelaku usaha dan perusahaan toko online tersebut membutuhkan layanan jasa pengiriman. Dengan demikian, kebutuhan akan jasa pengirimanpun semakin meningkat.

Jasa pengiriman barang (*ekspedisi*), memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran perekonomian nasional. Pentingnya jasa *ekspedisi* tercermin pada sarana dalam menunjang distribusi dan transportasi, sehingga dapat memperlancar arus barang, (Manopo, 2015:2). Hal ini membuat para

perusahaan jasa saling meningkatkan kualitas pelayanan dan berusaha mengikuti keinginan dan permintaan konsumen dalam bersaing merebut pangsa pasar. Salah satu penyedia jasa pengiriman yang ada di Indonesia yaitu *J&T Express*.

Perusahaan *J&T Express* didirikan oleh mantan CEO OPPO Indonesia yang bernama Mr. Jet Lee yang berkolaborasi dengan seorang pendiri OPPO Internasional yang bernama Mr. Tony Chen. Perusahaan ini telah diresmikan pada tanggal 20 Agustus 2015 sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang kurir yang berfokus pada pengiriman paket kilat yang berkualitas dan memberikan sebuah kenyamanan pada pelanggannya. Namun, pada bulan Oktober 2017 Mr Jet Lee menunjuk Robin Lo menggantikan posisinya sebagai CEO *J&T Express* yang sebelumnya juga menjabat sebagai managing director. *J&T Express* sangat optimis menjadi perusahaan express yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada system pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya.

J&T Express juga merupakan perusahaan yang menjadi pelopor gratis jemput paket ditempat. Pelanggan dapat mengakses layanan gratis jemput di tempat kapan saja dan dimana saja melalui aplikasi *smartphone*, *website* dan *callcenter*. *J&T Express* juga melakukan terobosan dengan beroperasi 365 hari sepanjang tahun tanpa libur. *J&T Express* telah menjangkau seluruh Indonesia dengan 1.300 *drop point* (kantor cabang), 55 *gateway* (gudang penyimpanan), lebih dari 700 armada, lebih dari 15.000 sumber daya manusia, serta sudah resmi menjadi agen Garuda Cargo dan Citilink Cargo (<http://www.jet.co.id/about>).

**Tabel 1.1 Persentase Penjualan Layanan Jasa Kurir
menurut Top Brands Index 2019-2021**

TAHUN	BRAND (MEREK)	TBI (TOP BRAND INDEX)	TOP
2019	JNE	26,4 %	TOP
	J&T	20,3 %	TOP
	TiKi	12,6 %	TOP
	Pos Indonesia	5,4 %	
	DHL	3,8 %	
2020	JNE	27,3 %	TOP
	J&T	21,3 %	TOP
	TiKi	10,8 %	TOP
	Pos Indonesia	7,7 %	
	DHL	4,1 %	
2021	J&T	33,4 %	TOP
	JNE	28,0 %	TOP
	TiKi	11,2 %	TOP
	Pos Indonesia	8,5 %	
	DHL	6,0 %	

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan data yang bersumber dari *TOP BRAND INDEX* dapat diketahui bahwa jasa pengiriman yang selalu menempati posisi pertama yaitu JNE dengan nilai index sebesar 26,4 % di tahun 2019, dan 27,3 % di tahun 2020. Sedangkan di tahun 2021 J&T *Express* berhasil menggeser posisi JNE dan menduduki posisi pertama dengan nilai index sebesar 33,4 %. Dari data di atas menunjukkan bahwa persaingan antar jasa kurir akan membuat para konsumen

dihadapkan pada berbagai alternative pilihan jasa pengiriman. Konsumen yang merasa puas mungkin akan melakukan penggunaan jasa kembali dibandingkan dengan konsumen yang merasa tidak puas, dengan demikian semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen tersebut akan kembali menggunakan jasa kurir yang sama.

Dari adanya sebuah penghargaan tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah pencapaian yang diterima perusahaan dapat terbilang cukup sukses dalam memasarkan sebuah merek dan pelayanan hingga dapat disebut sebagai perusahaan yang bertumbuh sangat pesat berdasarkan waktu mulai beroperasinya.

Menurut Lovelock dan Wright (2005:133), Loyalitas merupakan keputusan pelanggan yang secara terus-menerus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan karena imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif yang berarti semakin lama loyalitas konsumen semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen tersebut, Griffin (2002:4). Selain itu, loyalitas konsumen juga mewakili sikap konsumen melalui komponen seperti merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain, kepuasan jasa secara menyeluruh serta melakukan pembelian ulang secara teratur, (Tjiptono, 2008:21).

Namun permasalahannya apakah jasa pengiriman yang ada di Indonesia saat ini sudah berperan dengan baik atau belum. Walaupun prospek yang ada memang cerah, namun pesaingnya makin banyak dan menjamur dimana-mana.

Sehingga dalam memenangkan persaingan, perusahaan jasa pengiriman harus banyak melakukan perbaikan. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen perusahaan jasa pengiriman perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas konsumennya.

Harga merupakan salah satu faktor penting pemasaran yang wajib diperhatikan perusahaan karena harga berperan penting dalam meningkatnya penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan. Pemberian harga yang sesuai dapat meningkatkan profit perusahaan. Jika profit perusahaan meningkat, itu dapat dikatakan sebagai salah satu indikasi konsumen merasa puas dan loyal. Dalam penelitian Ripka Seriidahnaita Ginting (2022) “Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang di JNE (Studi Kasus Pada PT. JNE Katamso Medan)” , menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen JNE Katamso Medan. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Wahyu Ningsih (2021) yang berjudul “Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Titip Platfrom *Instagram* di Jakarta” , hasil penelitian membuktikan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Pengiriman J&T *Express* dengan Pesaing

No	Nama Ekspedisi	Service (Layanan)	Harga		
			Pekalongan – Semarang	Pekalongan – Jakarta	Pekalongan – Purbalingga
1	J&T	REG	9.000 (3 Hari)	14.000 (3 Hari)	10.000 (7 Hari)
2	JNE	REG	12.000 (1-2 Hari)	17.000 (1-2 Hari)	12.000 (3-6 Hari)
3	NCS	REG	10.000 (1-2 Hari)	13.000 (1-2 Hari)	22.000 (3-6 Hari)
4	LION	REG	8.000 (2 Hari)	13.000 (3 Hari)	14.500 (5 Hari)
5	TiKi	REG	10.000 (2 Hari)	13.000 (2 Hari)	13.000 (3-4 Hari)
6	Si Cepat	REG	14.000 (2-3 Hari)	19.000 (2-3 Hari)	14.000 (3-6 Hari)

Sumber : <https://rajaongkir.com/>

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat pengiriman barang J&T dengan tarif 9.000 dari Pekalongan ke Semarang masih tergolong mahal dibandingkan dengan pengiriman Lion parcel yang lebih murah, sama halnya dari Pekalongan ke Jakarta J&T lebih mahal dari pada Lion parcel walaupun ketepatan waktu pengirimannya sama. Sedangkan dari Pekalongan ke Purbalingga J&T jauh lebih murah dibandingkan Lion parcel dengan ketepatan waktu yang cukup berbeda. Dari tabel tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa harga yang diberikan J&T masih bisa cukup bersaing dengan jasa pengiriman lainnya. Untuk itu,

perusahaan J&T perlu meningkatkan lagi daya saing mereka, mulai dari pengiriman tepat waktu dan kebijakan harga yang diberikan, karena kedua hal ini dipertimbangkan oleh konsumen ketika menggunakan jasa pengiriman.

Faktor selanjutnya yang perlu dipertimbangkan agar konsumen tetap loyal adalah ketepatan waktu. Menurut Handoko (2010:235), ketepatan pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan agar perusahaan tetap dapat memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Dalam penelitian Melisari “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan Layanan J&T *Express* Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di *Marketplace* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *marketplace* (Melisari, 2022). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Intan Eviani “Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T *Express* Kota Baru Bekasi)”, menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 9,162 (Eviani, 2021).

Namun lain halnya yang terjadi pada penelitian Monalisa Tampubolon “Pengaruh Sistem Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Daya beli Masyarakat terhadap Loyalitas Menggunakan Transportasi Bus Pada PT. Atlas”, menunjukkan bahwa ketepatan waktu secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa di PT. Atlas Medan (Tampubolon, 2020).

Bagi sejumlah perusahaan jasa, waktu adalah kendala utama untuk proses produksi jasanya, bila perusahaan tidak mempergunakan waktunya secara efektif, mereka akan kehilangan keuntungan. Sebaliknya bila perusahaan menghadapi permintaan yang berlebihan, mereka tidak bisa menciptakan waktu untuk memuaskan permintaan itu. Hal lain yang biasanya menghambat alur pengiriman tersebut biasanya berupa kondisi cuaca saat itu, kemacetan yang terjadi saat proses pengiriman dan hal lainnya bisa menghambat pengiriman barang ke tempat tujuan (Yazid, 2003:161).

Selain ketepatan waktu, faktor lain yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan keyakinan dari seseorang terhadap orang lain dalam melakukan transaksi dengan harapan orang yang dipercayai dapat memenuhi kewajibannya agar tidak adanya rasa saling dirugikan (Dewi, 2008:147). Kepercayaan adalah penilaian konsumen terhadap keandalan penjual dalam memenuhi harapan dan kepuasan konsumen dalam transaksi yang penuh dengan ketidakpastian. Pelayanan yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, kepercayaan merupakan unsur sangat penting peranannya dalam membina hubungan. Konsumen yang percaya maka akan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang dan berkecenderungan akan mempersering pembelian produk, serta semakin loyal terhadap produk tersebut.

Kemudahan penggunaan juga merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan loyalitas konsumen. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas

dari usaha (Jogiyanto, 2007:78). Karena kemajuan teknologi telah mempengaruhi banyak hal dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, dengan perkembangan teknologi informasi konsumen dengan mudah mendapat akses informasi mengenai hal-hal spesifik dalam kehidupan keseharian mereka. Termasuk dalam hal ini melacak progress status pengiriman barang melalui jasa pengiriman barang yang ada saat ini.

Dengan menggunakan teknologi internet dan akses internet dengan browser menggunakan koneksi data yang terhubung secara global mendukung konsumen untuk mengakses informasi yang cepat dan mudah menggunakan perangkat komputer seperti laptop, tablet maupun smartphone, sehingga lewat teknologi aplikasi ini memudahkan pelanggan dalam mengetahui keberadaan, status, kemajuan atau progress dari barang yang dikirim tersebut. Dengan adanya system pelacakan ini diharapkan konsumen tidak perlu takut dan khawatir mengenai barang yang dikirim melalui jasa pengiriman barang *J&T Express*.

J&T Express Bendan ini beralamatkan di Jalan KH. Mas Mansyur No.3 Bendan Kota Pekalongan. Kantor *J&T Express* melayani pelanggannya untuk melakukan pengiriman paket, dokumen, barang, sepatu, ecommerce dan lainnya. Kantor ini juga melayani cek resi *J&T* atau no resi *J&T*, lacak kiriman atau cek pengiriman, cek status pengiriman dan lainnya. Terdapat beberapa pilihan paket pengiriman *J&T* yang tersedia seperti paket kilat untuk 1 hari sampai dan pengiriman regular untuk lama pengiriman di estimasi 3-6 hari tergantung dari jaraknya. Ongkir atau ongkos kirim dikenakan untuk pengiriman bervariasi tergantung pada paket pengiriman yang dipilih serta berat dan besar barang.

Tarif tersebut juga dipengaruhi jarak pengiriman. J&T juga mendukung system tracking paket online yang dapat dilakukan melalui website dan aplikasinya dengan memasukkan nomor resi J&T.

Tabel 1.3 Jumlah Pengiriman Delivery Drop Point J&T Express Bendan Kota Pekalongan (Oktober 2020-Juli 2021)

TAHUN	BULAN	JUMLAH
2020	Oktober	24550
	November	25781
	Desember	34018
2021	Januari	23334
	Februari	20994
	Maret	29919
	April	41861
	Mei	35828
	Juni	30091
	Juli	32590

Sumber : *J&T Express Bendan Kota Pekalongan*

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah data pengiriman *drop point* pada pelanggan J&T *Express Bendan* dapat dilihat dari tahun 2020 dan 2021 terkadang mengalami kenaikan dan penurunan konsumen. Hal ini dapat dilihat di tahun 2020 dari bulan oktober sampai desember mengalami kenaikan. Namun, pada tahun 2021 di bulan januari, februari mengalami penurunan. Adanya fenomena dari jumlah pengiriman tersebut dan

persentase yang mengalami naik turun maka perlu diperhatikan tentang loyalitas konsumen.

J&T *Express* Bendan ini memiliki kerjasama dengan perusahaan-perusahaan di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Lazada, Maulagi dan Tokotalk. Selain kerjasama dengan beberapa perusahaan di Indonesia J&T *Express* Bendan juga bekerjasama dengan pengusaha yang ada di Pekalongan seperti Nusa dua, Malala, Qonita batik, Batik Unggul Jaya, Noby Plaza Pekalongan,dll.

Jika ditinjau dari etika bisnis Islam, Rasulullah dan para sahabatnya telah melakukan kerjasama dalam bidang ekonomi baik dengan sesama umat Islam maupun dengan orang-orang non Muslim. Sikap kerja sama, saling bantu dan tolong menolong itu memang diajarkan dalam Al Qur'an dan dipraktikkan oleh Nabi dan para sahabatnya. Allah berfirman :

قَالَتْ إِحْدُهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

“Dan salah seorang dari kedua (perempuan itu berkata, “Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.” (QS. Al-Qasas[28] : 26)

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai manusia pasti membutuhkan jasa atau bantuan dari orang lain dan kita juga harus memberi upah atas jasa yang telah mereka berikan. Dalam melakukan kerjasama, partner yang satu tidak boleh mengkhianati partner yang lain. Kejujuran, kepercayaan, dan amanah harus dipegang teguh, agar tidak saling merugikan atau mendatangkan mudharat

satu sama lain (Dr.Idris, 2015:248). Jadi dalam hal ini jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan baik dalam perusahaan maupun individu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus Pada Jasa Pengiriman J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan?
2. Apakah ketepatan waktu secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan?
3. Apakah kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan?
4. Apakah kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan?
5. Apakah harga,ketepatan waktu, kepercayaan, kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan?

C. Batasan Masalah

Batasan pada penelitian “Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan” adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel harga, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan sebagai variabel *independent*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel loyalitas konsumen sebagai variabel *dependent*.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan
2. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, ketepatan waktu, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dan pembaca tentang **“Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Jasa Pengiriman J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan)”**.

2. Secara Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini memberi pemahaman bagi penulis mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bisa memberi manfaat bagi para akademisi, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan Pengaruh harga, ketepatan waktu, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas konsumen.

F. Sistematika Pembahasan

Agar dalam penyusunan skripsi ini lebih sistematis, penulis sajikan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini memuat Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir dan Hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Variabel Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data Penelitian, dan Teknik Analisis Data

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasan yang diperoleh dari hasil observasi dan kuesioner yang sudah diisi oleh responden

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran- saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Benda Kota Pekalongan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen J&T *Express* sebanyak 97 responden. Berdasarkan data yang telah dilakukan maka dapat diambil keputusan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi variabel harga $0,032 < 0,05$ dan $t_{hitung} - 2,060 > t_{tabel}$ 1,98609 maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Nilai signifikansi ketepatan waktu $0,947 > 0,05$ dan $t_{hitung} - 0,067 < t_{tabel}$ 1,98609 maka H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ketepatan waktu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
3. Nilai signifikansi variabel kepercayaan $0,990 > 0,05$ dan $t_{hitung} - 0,013 < t_{tabel}$ 1,98609 maka H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Nilai signifikansi variabel kemudahan penggunaan $0,020 < 0,05$ dan t_{hitung} 2,363 $> t_{tabel}$ 1,98609 maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

5. Variabel harga, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan ditunjukkan dari hasil uji F dilihat dari $F_{hitung} 2,956 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai sig $0,024 < 0,05$, maka secara simultan variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen.

Variabel harga, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen J&T *Express* Bendan sebesar 13,7% dan 86,3% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan simpulan di atas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini masih mampu menjelaskan 13,7%, artinya bahwa ketiga variabel independen mempengaruhi berubahnya variabel dependen sebesar 13,7% faktor-faktor yang dapat memengaruhi Loyalitas Konsumen J&T *Express* Bendan Kota Pekalongan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel independen lain. Penambahan variabel perlu dilakukan pada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah yang akan diteliti.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel yang lebih banyak sehingga hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
3. Bagi *J&T Express* perihal “ketepatan waktu”. Saran bagi perusahaan diharapkan lebih diperhatikan dan dipertingkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketepatan waktu seperti prioritas proses, keakuratan pendataan orderan, pengelompokkan orderan, dan ukuran lot dengan begitu akan meningkatkan loyalitas konsumen hingga kedepannya konsumen dapat menggunakan layanan *J&T Express* secara terus-menerus. Perusahaan yang berkecimpung pada layanan jasa pengiriman juga harus meningkatkan lagi strategi *kepercayaan* yang dilakukan untuk konsumen karena rasa kepercayaan itu sendiri di dasari oleh rasa kenyamanan konsumen dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga konsumen selalu meletakkan keyakinan bahwa layanan *J&T Express* dapat dipercayai dan akan terus bergantung kepada perusahaan jasa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., & Amalia, R. (2020). *Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman JNE di Kota Banda Aceh Terkait Keterlambatan Pengantaran*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 10(2).
- Algifari. 2013. *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)*. Cetakan ke-4. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-hari dkk. 2008. *Shahih At-Tarhib, terj. Izzudin Karim*. Jakarta: Pustaka Sahifia.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Asikin, Zainal. 2013. *Hukum Dagang*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.
- Cooper, Donald R dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Cori, O. P. P., Handayani, C. M. S., & Arianto, B. (2021). *Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa PGSD Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 431-440.
- Dewi, Ema Ferrina. 2008. *Merk dan Psikologi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express*. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 82-91.
- Eviani, I., & Hidayat Y. R. (2021). *Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)*. *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11-19.

- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabet.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Cet 5*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke-7. Semarang: UNDIP.
- Ginting, R.S. (2022). *Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang di JNE (Studi Kasus Pada PT. JNE Katamsa Medan)*. Jurnal Ilmiah Kohesi, 6(1), 88-100.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty: Terjemahan Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan, Alih Bahasa*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. 2016. *Customer Loyalty: Revisi dan Terbaru*. Jakarta: Erlangga.
- Handoko, H.B. 2010. *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harefa, B. D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Situs Lazada Pada Mahasiswa/I S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabet.
- Idris. 2015. *Hadist Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadits Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai*

Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Jannah, R. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BERBELANJA DI SHOPEE (Studi Kasus Santri di Pondok Pesantren Darussalam Bangunsari Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Jogiyanto. 2007. *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

Jogiyanto. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Cetakan ke-1 .Yogyakarta: BPFE.

Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6*. Yogyakarta: Fak.Ekonomika dan Bisnis UGM.

Karim, M. A. (2017). *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*. Skripsi FE UII.

Kesuma Eka, Amri, dan M. Shabri. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh*. Jurnal Manajemen Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala Vol 4 No 4.

Kotler, Philip dan Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Kumila, N. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Online Shop di Media Sosial Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan Angkatan 2014/2015*. Skripsi IAIN Pekalongan.

Kusdianto, I., & Prabowo, T.A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD. Rajawali Transportasi di Gresik*. Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR), 3(1), 358-365.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lovelock, Christoper H dan Lauren K.Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Macana Jaya Cemerlang.

- Manopo, Marisca C. (2015). *Pengaruh Persepsi, Sikap dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Jasa Pengiriman Tiki di Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 3(1).
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Surakarta: UMS.
- Melisari, M., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(05).
- Mowen, Jhon dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Ningsih, S.N.W. (2021). *Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa titip platform Instagram di Jakarta* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Nurhayanti S, Ardiansyah A. 2021. *Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Social Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis 24(1)
- Qardhawi, Yusuf. 2010. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Safitri, N., Lasiyono, U., & Aripabowo, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Gojek di Wilayah Terminal Purabaya Bungurasih*. Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR), 2(2), 174-183.
- Sangadji, Etta Mamang. 2010. *Metedologi Penelitian-Penelitian Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Setyarana, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Go-Food di Kota Jakarta : Bahasa Indonesia*. Manajemen Dewantara, 6(1), 35-44.
- Siagian, Yolanda. 2005. *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Siregar, Syofian. 2012. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siregar, Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Soegoto, A. S. (2013). *Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).
- Strauss, Judy dan Raymond Frost. 2009. *E-marketing 5th Edition, Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle, New Jersey*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukarno, Wibowo. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam, Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supramono dan Jony Oktavian Haryanto. 2005. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tampubolon, M., Jannah, M., Gultom, R., & Sibarani, H. J. (2020). *Pengaruh Sistem Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Daya Beli Masyarakat Terhadap Loyalitas Menggunakan Jasa Transportasi Bus pada PT. Atlas*. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 3(2), 566-576.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Waluyo, Herman J. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelian Cetakan 1*. Yogyakarta: Granmedia.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metedologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Edisi ke 1, Cet.Ke-1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Grup.