

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Gambaran Singkat ESL Express Jepara

ESL Express cabang jepara pertama kali dibuka pada tahun 2012 yang beralamat di jalan KH Wahid Hasyim No 124 Jepara. ESL Express Jepara merupakan anak cabang dari perusahaan jasa pengiriman dari ESL Express yang merupakan perusahaan jasa express, jasa pengiriman barang ke seluruh Indonesia dan juga merupakan anak perusahaan dari Lorena Group yang didirikan pada tahun 1970 oleh Bapak. G.T. Soerbakti, perusahaan yang bergerak di bisnis transportasi darat / otobus, yang juga melayani jasa pengiriman barang melalui bus guna memaksimalkan armada "LORENA". dengan semakin meningkatnya jasa pengiriman barang maka pada tanggal 26 Desember 1995 didirikan PT. Eka Sari Lorena "ESL Express" yang khusus bergerak di usaha jasa pengiriman, dan terus melakukan pengembangan produk layanannya melalui udara, laut dan darat keberbagai wilayah di Indonesia.

ESL Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman ekspres dengan jaringan kantor cabang terbesar yang meliputi 1 kantor pusat dan 77 Kantor Cabang di 40 Kota , 242 Kantor Perwakilan dan 505 Kantor Agen di 138 Kota dengan wilayah jangkauan ke 300 kodya / kabupaten yang meliputi 3600 kecamatan di 34 provinsi yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

4.2. Deskripsi Responden

Penelitian ini adalah hasil dari studi lapangan untuk memperoleh data primer dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang disebarikan oleh peneliti langsung kepada responden. Objek penelitian ini adalah ESL Express cabang jepara dengan 97 responden dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dimana konsumen di ESL Express yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Data konsumen yang menjadi reponden sudah pasti karena telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan peneliti.

4.2.1. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	18
2	Perempuan	79
Jumlah		97

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2019. (Lamp 2, Hal 104)

Berdasarkan tabel diatas dapat di analisis prosentase yang ditunjukkan bahwa perempuan menjadi responden yang paling tinggi dalam penyebaran kuesioner penelitian ini dengan hasil sebesar 81% yakni 79 konsumen. Dan laki-laki dengan hasil sebesar 19% yakni 18 konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitasnya masih di dominasi oleh kaum perempuan.

4.2.2. Deskripsi Berdasarkan Usia

Tabel 4.2.
Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah
1	< 20 tahun	5
2	21 - 30 tahun	26
3	31 - 40 tahun	33
4	40 - 50 tahun	28
5	Lebih dari 50 tahun	5
Jumlah		97

Sumber : Data Primer Diolah, 2019. (Lamp 2, Hal 104)

Berdasarkan tabel diatas dapat di analisis prosentase yang ditunjukkan bahwa responden dengan usia 30 - 40 tahun memperoleh hasil yang paling tinggi dalam penyebaran kuesioner dengan hasil 33 konsumen yakni sebesar 34 % dalam 97 responden. Diikuti oleh usia 40 – 50 tahun sebesar 29% yakni 28 konsumen, 21 – 30 tahun 27% yakni 26 konsumen, lebih dari 50 tahun 5% yakni 5 konsumen dan usia < 20 tahun sebesar 5% yakni 5 konsumen . Sehingga konsumen dengan usia 30 – 40 tahun menduduki peringkat terbanyak dalam loyalitasnya penelitian ini.

4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3.

Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	SD	2
2	SMP/MTS	4
3	SMA/SMK/ALIYAH	32
4	D3	15
5	S1	39
6	S2/S3	5
Jumlah		97

Sumber : Data Primer Diolah, 2019. (Lamp 2 Hal 105)

Berdasarkan tabel diatas dapat di analisis prosentase yang ditunjukkan bahwa responden dengan pendidikan S1 memperoleh hasil yang paling tinggi dalam penyebaran kuesioner dengan hasil 39 konsumen yakni sebesar 40% dalam 97 responden. Diikuti oleh pendidikan SMA/SMK/ALIYAH sebesar 33% yakni 32 konsumen, D3 sebesar 16% yakni 15 konsumen, S2/S3 sebesar 5% yakni 5 konsumen, SMP/MTS sebesar 4% yakni 4 konsumen dan SD sebesar 2% yakni 2 konsumen. . Sehingga konsumen dengan pendidikan S1 menduduki peringkat terbanyak dalam loyalitasnya pada penelitian ini.

4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Status Responden

Tabel 4.4.
Responden Berdasarkan Status Responden

No.	Status Responden	Jumlah
1	Pelajar/Mahasiswa	5
2	PNS	21
3	Karyawan Swasta	13
4	Wiraswasta	30
6	Lainnya	28
Jumlah		97

Sumber : Data Primer Diolah, 2019. (Lamp 2, Hal 105)

Berdasarkan tabel diatas dapat di analisis prosentase yang ditunjukkan bahwa responden dengan status responden sebagai wiraswasta yang paling tinggi dalam penyebaran kuesioner dengan hasil 30 konsumen yakni sebesar 31% dalam 97 responden. Diikuti oleh status lainnya sebesar 29% yakni 28 konsumen, PNS sebesar 22% yakni 21 konsumen, karyawan swasta sebesar 13% yakni 13 konsumen dan pelajar/mahasiswa sebesar 4% yakni 4 konsumen. . Sehingga responden dengan status sebagai wiraswasta menduduki peringkat terbanyak dalam loyalitasnya pada penelitian ini.

4.3. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel dilakukan untuk menganalisa hasil jawaban dari responden mengenai pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan kinerja layanan, Kepercayaan, Komitmen , dan Loyalitas konsumen di ESL Express Jepara yang telah disebar peneliti pada konsumen.

4.3.1. Deskripsi Variabel Kinerja Layanan (X_1)

Variabel Kinerja Layanan dalam penelitian ini diukur dengan 6 indikator pertanyaan. Berikut indikatornya : 1. Outcome 2. Method 3. Servis 4.Relationship 5.Global 6. Problem Identification. Masing-masing pertanyaan menggunakan skor antara 1 sampai 5. Hasil tanggapan atau jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan Kinerja Layanan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Layanan

Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	R	S	SS	
$X_{1.1}$	0	6	14	43	34	4,0825
		6%	15%	44%	35%	
$X_{1.2}$	1	3	7	18	68	4,5361
	1%	3%	7%	19%	70%	
$X_{1.3}$	1	6	17	41	32	4,0000
	1%	6%	18%	42%	33%	
$X_{1.4}$	0	3	14	18	62	4,4330
		3%	14%	19%	64%	
$X_{1.5}$	1	5	10	36	45	4,2268
	1%	5%	11%	37%	46%	
$X_{1.6}$	1	5	3	33	55	4,5052
	1%	5%	3%	34%	57%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.(Lamp 3, Hal 106)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden yang paling mendominasi mengenai pertanyaan dalam variabel Kinerja Layanan adalah jawaban sangat setuju dengan nilai paling tinggi sebesar 70% atau 68 responden pada butir pertanyaan nomor 2. Selain itu, nilai presentase paling rendah juga di dapatkan di

pertanyaan nomor 2, 3, 5, 6, dengan nilai sebesar 1% atau 1 responden dengan jawaban sangat tidak setuju (STS).

Hal ini menunjukkan bahwa dari 97 responden sebagian besar responden sangat setuju (SS) adanya Kinerja Layanan disebabkan oleh method yaitu ESL Express mampu mengirimkan barang sampai ke depan rumah (door to door) meskipun ke plosok desa.

4.3.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan (X_2)

Variabel Kepercayaan dalam penelitian ini diukur dengan 4 indikator pertanyaan. Berikut indikatornya : 1. Rasa percaya perusahaan memberikan informasi yang benar 2. Rasa percaya perusahaan menanggapi pelanggan 3. Rasa percaya perusahaan memenuhi janjinya. 4. Rasa percaya bahwa jasa yang ditawarkan aman atau tidak beresiko. Masing-masing pertanyaan menggunakan skor antara 1 sampai 5. Hasil tanggapan atau jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan Kepercayaan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan

Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	R	S	SS	
X _{2.1}	0	0	16	20	61	4,4639
			16%	21%	63%	
X _{2.2}	0	0	8	19	70	4,6392
			8%	20%	72%	
X _{2.3}	0	1	10	21	65	4,5464
		1%	10%	22%	67%	
X _{2.4}	0	0	10	26	61	4,5258
			10%	27%	63%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019. (Lamp.3 Hal 106)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden yang paling mendominasi mengenai pertanyaan dalam variabel Kepercayaan adalah jawaban sangat setuju dengan nilai paling tinggi sebesar 72% atau 70 responden pada butir pertanyaan nomor 2. Sedangkan nilai presentase paling rendah dengan nilai sebesar 1% atau 1 responden adalah untuk jawaban butir pertanyaan nomor 3 dengan jawaban TS.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju (SS) adanya kepercayaan disebabkan oleh rasa percaya terhadap perusahaan menanggapi pelanggan.

4.3.3. Deskripsi Variabel Komitmen (X₃)

Variabel Komitmen dalam penelitian ini diukur dengan 4 indikator pertanyaan. Berikut indikatornya : 1. Penyesuaian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan 2. Pelayanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan 3. Pelayanan sangat flexibel saat mengalami perubahan 4. Pelayanan sangat flexibel dalam melayani kebutuhan pelanggan. Masing-masing pertanyaan menggunakan skor antara 1 sampai 5. Hasil tanggapan atau jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan komitmen disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7.**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komitmen**

Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	R	S	SS	
X _{3.1}	0	3	10	20	64	4,4948
		3%	10%	21%	66%	
X _{3.2}	1	5	5	35	51	4,3402
	1%	5%	5%	36%	53%	
X _{3.3}	0	7	3	30	57	4,4124
		7%	3%	31%	59%	
X _{3.4}	0	1	8	23	65	4,5670
		1%	8%	24%	67%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019. (Lamp 3, Hal 107)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden yang paling mendominasi mengenai pertanyaan dalam variabel Komitmen adalah jawaban sangat setuju dengan nilai paling tinggi sebesar 67% atau 65 responden pada butir pertanyaan nomor 4. Selain itu, nilai paling rendah didapatkan di butir pertanyaan nomor 2 dan 4 dengan nilai sebesar 1% atau 1 responden adalah dengan jawaban tidak setuju (TS).

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju (SS) adanya Komitmen disebabkan oleh fleksibelnya ESL Express dalam melayani kebutuhan pelanggan .

4.3.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Variabel Loyalitas konsumen dalam penelitian ini diukur dengan 5 indikator pertanyaan. Berikut indikatornya : 1. Jasa pengiriman kesukaan 2. Jasa pengiriman yang bagus 3. Kesetiaan terhadap perusahaan 4. Merekomendasikan citra positif 5. Konsistensi

pembeian ulang. Hasil tanggapan atau jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan Loyalitas konsumen disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.8.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen

Pertanyaan	Jawaban Responden					Mean
	STS	TS	R	S	SS	
Y ₁	1	5	13	42	36	4,1031
	1%	5%	14%	43%	37%	
Y ₂	1	4	8	18	66	4,4845
	1%	4%	8%	19%	68%	
Y ₃	1	6	15	42	33	4,0309
	1%	6%	16%	43%	34%	
Y ₄	1	2	17	52	25	4,0103
	1%	2%	18%	54%	26%	
Y ₅	1	2	19	44	31	4,0515
	1%	2%	20%	45%	32%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019. (Lamp 3, Hal 107)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden yang paling mendominasi mengenai pertanyaan dalam variabel Loyalitas konsumen adalah jawaban sangat setuju dengan nilai paling tinggi sebesar 68% atau 66 responden pada butir pertanyaan nomor 2. Selain itu, nilai paling rendah didapatkan pada semua butir pertanyaan dengan nilai sebesar 1% atau 1 responden adalah dengan jawaban tidak setuju (TS).

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju (SS) adanya Loyalitas konsumen disebabkan karena ESL adalah pengiriman yang bagus .

4.4. Analisis Data

4.4.1. Statistik Deskriptif

Penyajian statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik sampel dalam penelitian serta memberikan deskripsi masing-masing variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah Kinerja layanan, Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas konsumen ESL Express Jepara. Berikut adalah deskripsi statistik dari masing-masing variabel.

Tabel 4.9.
Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X ₁ .Kinerja Layanan	97	10,00	30,00	25,6804	4,13458
X ₂ .Kepercayaan	97	12,00	20,00	18,1753	2,29588
X ₃ .Komitmen	97	10,00	20,00	17,7835	2,58290
Y.Loyalitas Konsumen	97	8,00	25,00	20,6598	3,27200
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Tabel 4.9. menunjukkan hasil pengukuran deskripsi statistik masing-masing variabel dari 97 data pengamatan. Pada tabel tersebut terlihat bahwa variabel Kinerja layanan (X₁) memiliki kisaran empiris antara 10 sampai dengan 30 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 25,6804 dan standar deviasi sebesar 4,13458. Dari tabel di atas variabel kepercayaan (X₂) memiliki kisaran empiris antara 12 sampai dengan 20 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18,1753 dan standar

deviasi sebesar 2,29588. Dari tabel di atas variabel komitmen (X_3) memiliki kisaran empiris antara 10 sampai dengan 20 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 17,7835 dan standar deviasi sebesar 2,58290. Sedangkan Loyalitas konsumen (Y) memiliki kisaran empiris antara 8 sampai dengan 25 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 20,6598 dan standar deviasi sebesar 3,27200.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang ditampilkan pada tabel di atas, nilai deviasi dari variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y adalah sebesar 4,13458, 2,29588, 2,58290, 3,27200 menunjukkan angka yang lebih kecil bila dibandingkan dengan nilai rata-rata (*mean*) pada variabel-variabel tersebut sebesar 25,6804, 18,1753, 17,7835, 20,6598. Hal ini menunjukkan hasil yang baik karena standar deviasi yang merupakan penyimpangan dari data tersebut lebih kecil dari nilai rata-ratanya (*mean*).

4.4.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang dilakukan yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

4.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Pengujian validitas menggunakan signifikansi alpha sebesar 0.05 dengan uji dua arah dan jumlah data (n) = 97. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk perhitungan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dengan n sebagai

jumlah responden. Pada penelitian ini, variabel mempunyai responden (n) = 97, sehingga besarnya df dapat dihitung : $97 - 2 = 95$, maka dapat diketahui r_{tabel} sebesar 0.1996 dengan kriteria apabila nilai korelasinya lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dianggap konsisten secara internal atau valid. Jika nilai korelasinya lebih kecil dari nilai r_{tabel} , maka pernyataan dianggap tidak valid. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.10.

Uji validitas pada indikator-indikator penelitian

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
LOYALITAS KONSUMEN			
Y ₁	0, 576	0.1996	Valid
Y ₂	0, 634	0.1996	Valid
Y ₃	0, 700	0.1996	Valid
Y ₄	0, 620	0.1996	Valid
Y ₅	0, 495	0.1996	Valid
KINERJA LAYANAN			
X _{1.1}	0, 571	0.1996	Valid
X _{1.2}	0, 781	0.1996	Valid
X _{1.3}	0, 766	0.1996	Valid
X _{1.4}	0, 657	0.1996	Valid
X _{1.5}	0, 645	0.1996	Valid
X _{1.6}	0, 645	0.1996	Valid
KEPERCAYAAN			
X _{2.1}	0, 731	0.1996	Valid
X _{2.2}	0, 711	0.1996	Valid
X _{2.3}	0, 740	0.1996	Valid
X _{2.4}	0, 506	0.1996	Valid
KOMITMEN			
X _{3.1}	0, 594	0.1996	Valid
X _{3.2}	0, 685	0.1996	Valid
X _{3.3}	0, 657	0.1996	Valid
X _{3.4}	0, 543	0.1996	Valid

Sumber: Output SPSS 20.0. (Lamp 4, Hal 108)

Berdasarkan pada Tabel 4.10. dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} dari indikator-indikator variabel penelitian yang ditanyakan kepada para responden memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} (0,1996), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pertanyaan pada penelitian ini bersifat sah atau valid.

4.4.2.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuisisioner bisa dikatakan handal atau reliabel apabila jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika koefisien $\alpha > 0,60$ dan apabila $\alpha < 0,60$ berarti tidak reliabel. Uji reliabilitas pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Berikut hasil data reliabilitas:

Tabel 4.11.
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Standar Uji	Keterangan
KINERJA LAYANAN (X₁)	0,877	0,60	Reliabel
KEPERCAYAAN (X₂)	0,836	0,60	Reliabel
KOMITMEN (X₃)	0,803	0,60	Reliabel
LOYALITAS KONSUMEN (Y)	0,814	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 20.0 (Lamp 4, Hal 108)

Data hasil Tabel 4.11. dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner masing-masing variabel memiliki nilai $\alpha > 0,60$

sehingga dapat dikatakan bahwa variabel-variabel di dalam penelitian ini bersifat handal atau reliabel.

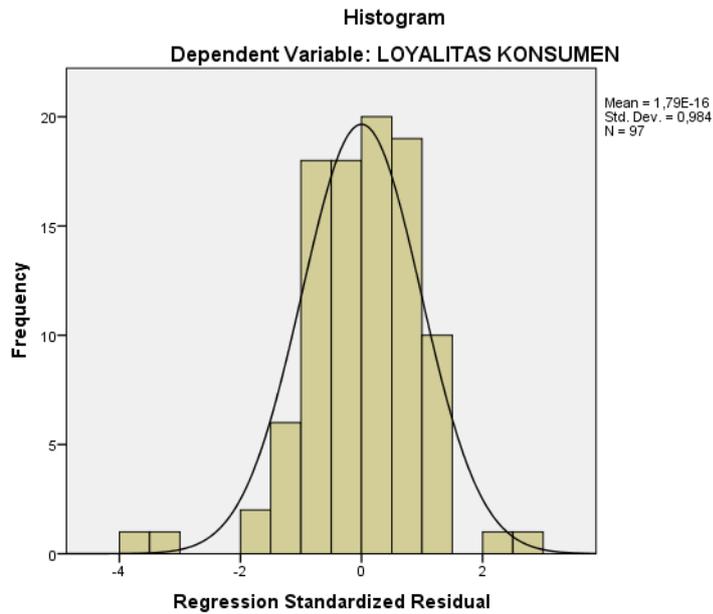
4.4.3 Uji Asumsi Klasik

4.4.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini digunakan dua cara dalam mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

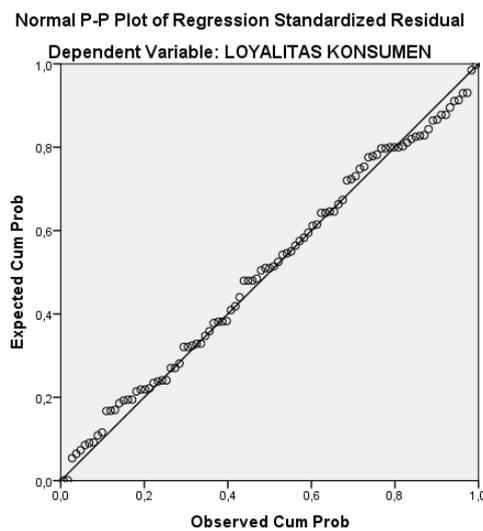
1. Analisis Grafik

Untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Selain grafik histogram untuk melihat normalitas dapat juga dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Berikut gambar dari hasil model grafik dengan menggunakan program IBM SPSS 20.



Gambar 4.1. *Histogram*

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS.(Lamp 5, Hal 111)



Gambar 4.2. *Normal Probability Plot*

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS(Lamp 5, Hal 111)

Pada gambar tampilan histogram maupun grafik normal plot di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal dan berbentuk simetris yang tidak melenceng ke kanan atau ke kiri. Sedangkan pada gambar grafik normal plot, terlihat titik-titik yang menyebar di sekitar garis

diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua gambar grafik ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov test. Jika nilai signifikan yang dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi yang dihasilkan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Berikut tabel hasil dari uji normalitas *kolmogorov-smirnov* dari penelitian ini:

Tabel 4.12.
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,72463419
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,046
	Negative	-,060
Test Statistic		,593
Asymp. Sig. (2-tailed)		,873
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil dari Output SPSS diatas, besarnya nilai Kolmogorof-Smirnov test yaitu 0,593 dan tingkat signifikan yaitu 0,873

Menunjukkan bahwa nilai Sig. lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yaitu $0,593 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual memenuhi asumsi klasik atau terdistribusi normal.

4.4.3.2 Uji Multikolonieritas

Untuk menguji multikolonieritas dilakukan dengan cara melihat nilai output VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF dihasilkan antara 1 – 10 atau < 10 maka disimpulkan data bebas dari gejala multikolonieritas.

Tabel 4.13.
Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

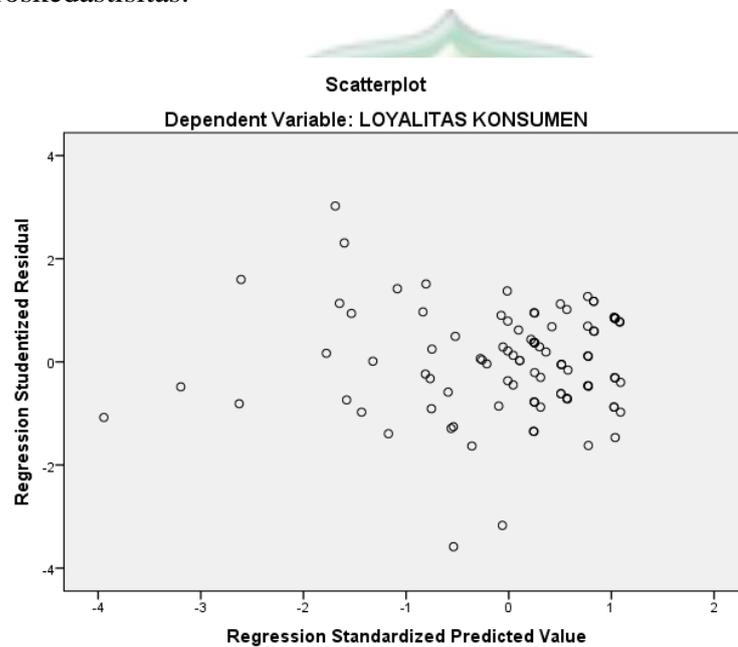
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 KINERJALAYANAN	,468	2,138
KEPERCAYAAN	,330	3,034
KOMITMEN	,389	2,574

Sumber : Data Primer Diolah, 2019 (Lamp 7, Hal 112)

Pada tabel 4.16. dapat dilihat besaran nilai *Tolerance* yang di dapat yaitu sebesar 0,468, 0,330, 0,389 yang berarti lebih besar dari 0.1 ($> 0,10$). Sedangkan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) sebesar 2,138, 3,034, 2,574 atau lebih kecil dari 10 (< 10), maka dapat di simpulkan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonieritas.

4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu dengan Scatterplot. Pengujian pada penelitian ini menggunakan nilai prediksi variabel independen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas:



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS (Lamp 6, Hal 112)

Berdasarkan output scatterplot di atas, terlihat bahwa penyebaran residual tidak teratur. Hal itu dapat dilihat pada plot yang terpecah dan tidak berbentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini karena titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda dilakukan dengan satu variabel dependen dan tiga variabel independen dengan persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Berikut hasil regresi linier berganda:

Tabel 4.14.
Hasil Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,627	1,448		3,197	,002
KINERJALAYANAN	,727	,063	,919	11,497	,000
KEPERCAYAAN	,233	,110	,205	2,107	,038
KOMITMEN	,016	,111	,013	,145	,885

Sumber : Data Primer Diolah, 2019 (Lamp 8, Hal 113)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,627 + 0,727 X_1 + 0,233 X_2 + 0,016 X_3$$

Dari persamaan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari koefisien regresi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dari ketiga variabel tersebut antara variabel bebas dan variabel terikat dalam persamaan diatas ada pengaruh positif. Ada pengaruh hubungan positif antara X_1 (Kinerja Layanan) dengan Y (Loyalitas Konsumen), ada pengaruh hubungan positif antara X_2 (Kepercayaan) dengan Y (Loyalitas Konsumen), dan ada pengaruh hubungan positif antara X_3 dengan Y (Loyalitas Konsumen).
2. $a = 4,627$, nilai konstanta sebesar 4,627, menunjukkan bahwa jika variabel bebas Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen memiliki nilai nol, maka nilai dari variabel terikat (Y) Loyalitas Konsumen adalah sebesar 4,627.
3. $\beta_1 = 0,727$ (72,7%), artinya apabila Variabel Kinerja Layanan (X_1) meningkat sebesar 1%, sedangkan variabel yang lain nilainya tetap, maka variabel Loyalitas Konsumen (Y) akan naik sebesar 72,7%.
4. $\beta_2 = 0,233$ (23,3%), artinya apabila Variabel Kepercayaan (X_2) meningkat sebesar 1 % dan variabel yang lain nilainya tetap, maka Loyalitas Konsumen (Y) akan naik sebesar 23,3%.
5. $\beta_3 = 0,016$ (1,6%), artinya apabila Variabel Komitmen (X_3) meningkat 1%, dan variabel yang lain nilainya tetap, maka Loyalitas Konsumen (Y) akan naik sebesar 1,6%.

4.4.5 Uji Hipotesis

4.4.5.1. Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah variabel Kinerja Layanan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Variabel Komitmen (X_3) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka dikatakan pengaruhnya signifikan, dan jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka pengaruhnya tidak signifikan. Berikut hasil nilai F hitung:

Tabel 4.15. Hasil Uji F

ANOVA^a

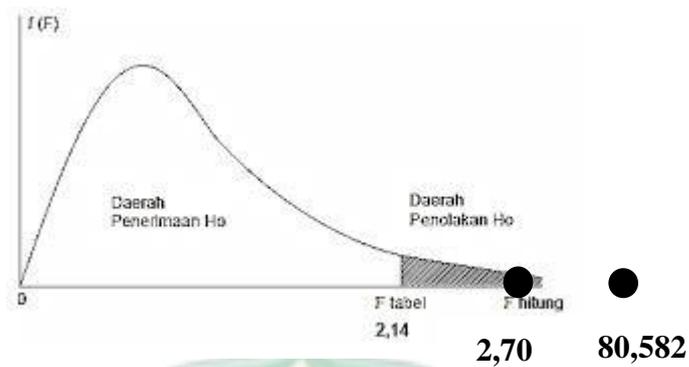
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	742,234	3	247,411	80,582	,000 ^b
Residual	285,539	93	3,070		
Total	1027,773	96			

Sumber : Data Primer Diolah, 2019 (Lamp 9, Hal 113)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($80,582 \geq 2,70$) yang berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Nilai F_{tabel} diperoleh dari Numerator $k = 3$, Denominator $= n - k - 1 = 97 - 3 - 1 = 93$, $F_{hitung} = 80,582$ dan $F_{tabel} = 2,70$.

Dengan tingkat nilai sig F sebesar 0.000 sedangkan tingkat signifikan (α) yang digunakan adalah 0,05. Maka nilai sig F $0,000 \leq$

0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kinerja Layanan , Kepercayaan , dan Variabel Komitmen. Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara).



Gambar 4.4.

Daerah Penerimaan Uji F

4.4.5.2.

Uji t (Parsial)

Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-test. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali,2016). Berikut hasil uji statistik t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

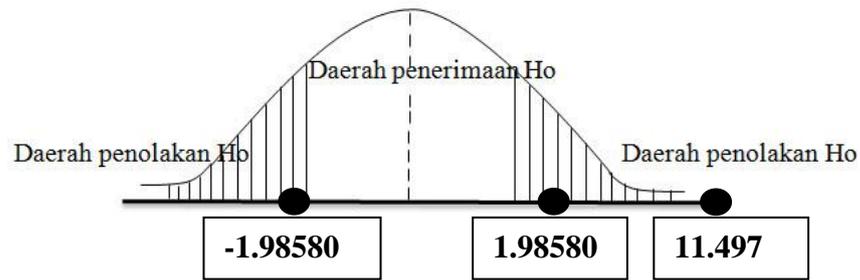
Tabel 4.16.**Hasil Uji t****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,627	1,448		3,197	,002
1 KINERJALAYANAN	,727	,063	,919	11,497	,000
KEPERCAYAAN	,233	,110	,205	2,107	,038
KOMITMEN	,016	,111	,013	,145	,885

Sumber : Data Primer Diolah, 2019 (Lamp 10, hal 114)

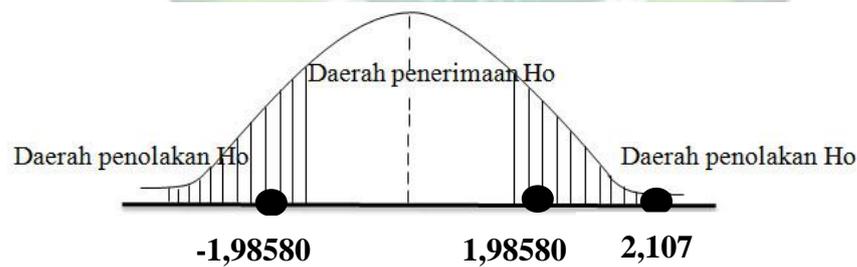
Hasil analisis uji statistik t dalam tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Nilai t hitung untuk Kinerja Layanan Perusahaan sebesar 11,497. Dengan rumus $df = n - k - 1$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dan tingkat signifikan 0,025 jadi $df = 97 - 3 - 1 = 93$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98580. Jadi nilai t_{hitung} (11,497) lebih besar dari $\geq t_{tabel}$ 1,98580. Nilai dari hasil variabel Kinerja Layanan (X1) 0,000 lebih kecil dari $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka H_1 diterima yaitu variabel Kinerja Layanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Cabang Jepara).



Gambar 4.5
Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 1

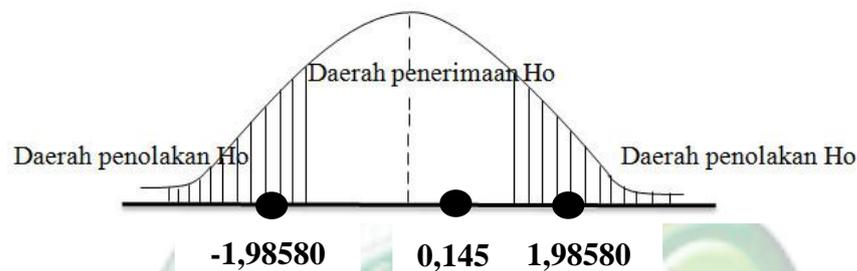
2. Nilai t hitung untuk variabel Kepercayaan sebesar 2,107. Dengan rumus $df = n - k - 1$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dan tingkat signifikan 0,025 jadi $df = 97 - 3 - 1 = 93$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98580. Jadi nilai t_{hitung} (2,107) lebih besar dari $\geq t_{\text{tabel}}$ 1,98580. Nilai dari hasil variabel Kepercayaan (X_2) 0,038 lebih kecil dari $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka H_2 diterima dengan penjelasan variabel kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Cabang Jepara).



Gambar 4.6.
Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 2

3. Nilai t hitung untuk variabel Komitmen sebesar 0,145. Dengan rumus $df = n - k - 1$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dan tingkat signifikan 0,025 jadi $df = 97 - 3 - 1 = 93$, maka dapat

diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98580. Jadi nilai t_{hitung} (0,145) lebih kecil dari $\leq t_{\text{tabel}}$ 1,98580. Nilai dari hasil variabel Komitmen (X3) 0,885 lebih besar dari $\geq 0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak. Maka H_3 ditolak dengan penjelasan variabel Komitmen (X3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Cabang Jepara).



Gambar 4.7.

Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 3

4.4.6 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Hasil dari analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada *output* SPSS tabel *summary* berikut ini :

Tabel 4.17.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,850 ^a	,722	,713	1,75223

Sumber : Data Primer Diolah, 2019 (Lamp 11, Hal 114)

Berdasarkan tabel 4.22. diatas dapat diketahui nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,713, dalam hal ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari Kinerja Layanan , Kepercayaan , dan Variabel Komitmen dapat menjelaskan variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen dengan nilai sebesar 71,3% sedangkan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.

4.5. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis data diketahui bahwa berikut ini adalah hasil pembahasan mengenai pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada ESL Express Jepara). Peneliti memperoleh hasil penelitian ini setelah melakukan analisis data yang bersumber dari kuesioner dan menggunakan metode regresi linier berganda. Beberapa hasil penelitian sebagai berikut :

4.5.1 Pengaruh Kinerja Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Cabang Jepara).

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan ada pengaruh antara Kinerja Layanan terhadap Loyalitas Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dalam pengujian secara parsial (Uji t) sebesar 11,497 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 tersebut $\leq 0,05$ dengan demikian H_a diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Kinerja Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas

Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara). Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

Hasil pengujian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Adi Wahyu Nugroho, Budi Sudaryanto, 2013) yang berjudul “Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang” yang menyatakan bahwa kinerja layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen.

Hal ini sesuai pernyataan Alford dan Sherell (1996) bahwa kinerja layanan akan menjadi prediktor yang baik bagi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hubungan antara kinerja layanan dengan loyalitas pelanggan yaitu bahwa meningkatnya kinerja layanan yang diberikan, maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Di dalam dunia jasa pengiriman barang yang terpenting adalah keamanan barang, tepat waktu, sesuai tujuan dan harga yang murah tentunya. Murah saja belum cukup bagi perusahaan jasa pengiriman bisa bersaing untuk mendapatkan hati para konsumen, untuk itu maka ESL Express Jepara meningkatkan kinerja layanannya yang salah satunya yaitu menambah armada pengiriman dan juga mulai menggunakan sistem pick up gratis bagi pelanggan yang ingin mengirim barangnya tanpa susah payah datang ke kantor ESL Express Jepara.

4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara).

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan ada pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dalam pengujian secara parsial (Uji t) sebesar 2,107 dengan taraf signifikansi sebesar 0,038 tersebut $\leq 0,05$ dengan demikian H_0 diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Cabang Jepara). Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima.

Hasil pengujian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nur Laely, 2016) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada Pt. Telkomsel Di Kota Kediri” yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen. Hasil pengujian tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Adi Wahyu Nugroho, Budi Sudaryanto, 2013) yang berjudul “Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang” yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen.

Menurut Aaker (Maylina, 2003) kesetiaan konsumen akan timbul bila ada kepercayaan dari konsumen terhadap merek produk sehingga ada komunikasi dan interaksi diantara konsumennya yaitu dengan membicarakan produk tersebut.

.Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan jasa pengiriman mengingat tanpa kepercayaan maka tidak akan ada loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. ESL Express Jepara berupaya meningkatkan kepercayaanya dengan menciptakan dan mempertahankan hubungan emosionalnya yang positif dengan konsumen dan juga selalu menjaga kiriman pelanggan sampai ke tujuan dengan tepat dan aman tanpa kerusakan.

4.5.3 Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara).

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan ada pengaruh antara Komitmen terhadap Loyalitas Konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dalam pengujian secara parsial (Uji t) sebesar 0,145 dengan taraf signifikansi sebesar 0,885 tersebut $\geq 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Komitmen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada ESL Express Jepara). Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak.

Hasil pengujian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yunita Arum Safitri, 2011) yang berjudul “Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, Dan Perannya Terhadap Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bca Di Surabaya” yang menyatakan bahwa komitmen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen. Hasil pengujian tersebut juga berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nurulwidyawati, 2006) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen

Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan.” yang menyatakan bahwa komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

Menurut Moorman, Deshpande, dan Zaltman, (1993:316) dalam Nurul Widyawati (2006), bahwa Komitmen didefinisikan “Sebagai hasrat (desire) untuk mempertahankan keterhubungan dalam jangka panjang (enduring desire)”. Selanjutnya Morgan dan Hunt(1994:23) menyatakan bahwa “Hubungan komitmen (relationship commitment) digambarkan sebagai konseptualisasi komitmen dalam pertukaran sosial (social exchange)”. Dengan adanya komitmen diharapkan hubungan dengan pihak lain akan berlangsung secara terus-menerus dalam jangka waktu yang lama untuk mempertahankan nilai-nilai hubungan. Komitmen juga dipandang sebagai suatu hal yang penting baik dalam perilaku pembeli dan organisasi. ESL Express Jepara memberikan komitmen dengan bentuk pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau terhadap pelanggan dengan begitu loyalitas pelanggan tergantung pada komitmen perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan setelah pembelian. Namun untuk pelayanan ada sebagian yang masih belum sempurna yaitu untuk pick up service belum maksimal karena masih dibatasi di kecamatan jepara kota, tahunan, dan mlonggo, adapun pelanggan diluar kecamatan tersebut jika mengirim barang belum bisa mendapat layanan pick up service.