

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
CV PARAHYANGAN EXPRESS JAKARTA TIMUR**

¹⁾Idola Selly dan ²⁾Rushadiyati

¹⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia, Jl.Bambu Apus I No.3, Cipayung - 13890

²⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia, Jl.Bambu Apus I No.3, Cipayung - 13890

ABSTRAK

Kondisi persaingan saat ini, setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang sangat maju seperti sistem online. Persaingan bisnis penting bagi perusahaan untuk membangun rasa percaya pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dan salah satu bentuk persaingan adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Tujuan penelitian mengetahui hubungan Kepercayaan dan kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan CV Parahyangan Express Jakarta Utara. Metode penelitian Kuantitatif rancangan cross-sectional kepada 41 responden total populasi pelanggan CV Parahyangan Express Jakarta Utara. Teknik analisis menggunakan uji Validitas, Reabilitas, Koefisien, Korelasi Berganda, Determinasi, Regresi Berganda, Uji F, dan Uji t. Hasil Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berdasarkan koefisien regresi α 0,05 diperoleh t hitung kepercayaan sebesar 3,496 > 2,022, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai p 0,001 < 0,05, Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memiliki hubungan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan hasil perhitungan koefisien regresi α 0,05 diperoleh t hitung sebesar 7,028 nilai t tabel sebesar 2,022, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai p 0,001 artinya ada hubungan signifikan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Uji Regresi Berganda menunjukkan bahwa Kepercayaan memberikan kontribusi sebesar 33% terhadap loyalitas Pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 39,9% terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil Uji Regresi ini membuktikan bahwa Loyalitas Pelanggan berhubungan dengan faktor Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa persentase kontribusi faktor Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan secara bersama-sama sebesar 60,0%. Simpulan kepercayaan dan kualitas pelayanan berhubungan dengan loyalitas pelanggan CV Parahyangan Express Jakarta Timur.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The current competitive conditions, every company must be able to survive, even should be able to continue to grow very advanced like the online system. Business competition was important for a company to build a sense of trust in the product or service offered, and one form of competition was to create and retain customers. The purpose of the study to know the relationship of trust and quality of Service with Customer Loyalty in CV Parahyangan Express North Jakarta. Quantitative research method, design cross-sectional to 41 respondents total customer population of CV Parahyangan Express North Jakarta. The analysis technique used the test of Validity, Reliability, Coefficient, Multiple Correlation, Determination, Multiple Regression, F Test, and Test t. Result of Trust and Service Quality based on regression coefficient α 0,05 obtained t count of trust equal to 3,496 > 2,022, hence t count value > t table value p 0,001 < 0,05, So it can be concluded that trust has significant relation to Customer Loyalty. Service Quality with Customer Loyalty result of calculation of regression coefficient α 0,05 obtained t count equal to 7,028 t value table equal to 2,022, hence t count value > t table value p 0,001 mean there was significant relation of service quality with customer loyalty. Multiple Regression Test showed that trust contributed 33% to Customer's loyalty, while service quality variable contributed 39,9% to Customer Loyalty. The Regression Test Result proves that Customer Loyalty was related to Trust and Service Quality factor. Service Quality has a significant relationship to Customer Loyalty. Determination test results indicate that the contribution percentage of trust factor and service quality to customer

loyalty together equal to 60,0%. Conclusion of trust and quality of service related to loyalty of customer of CV Parahyangan Express East Jakarta.

Keywords: Trust, Quality of Service, Customer Loyalty.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam kondisi persaingan saat ini, setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang sangat maju seperti sistem online. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Jasa yang Menyewakan truk untuk pengantaran barang ketempat tujuan yang sudah di tentukan sesuai kebutuhan pelanggan. Sebab itu dalam persaingan bisniss, penting bagi perusahaan membangun rasa percaya pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, dan

Salah satu bentuk persaingan adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Maka perusahaan harus lebih membangun kepercayaan pelanggan, dalam hal mengendara, supir yang lebih berhati-hati dan komunikasi yang membuat Pelanggan merasa nyaman dan tenang terhadap informasi berharga yang dimiliki dan dipercayai dari produk/jasa yang ditawarkan. Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Perusahaan ini memakai truk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan kendaraan yang di gunakan adalah menggunakan Truck Hino yang di sediakan dan banyak perusahaan lain memakai truk ini.

Jika kualitas pelayanan jauh lebih memungkinkan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas untuk memakai produk/jasa perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan

usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Oleh karena itu loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan murni dan terus menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Di samping itu Perusahaan harus mempunyai target dan tanggung jawab dalam membangun bisnis yang sudah di jalankan agar berjalan dengan baik.

2. TUJUAN PENELITIAN

untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey, menggunakan data primer, data sekunder, termasuk penelitian korelasional, karena mengukur pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat, Variabel bebas dimaksud adalah variabel Kepercayaan(X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan loyalitas Pelanggan (Y), sebagai variabel terikat. Dengan populasi dan sampel adalah seluruh pelanggan CV Parahyangan Express, (Sugiono, 2015 : 148) Populasi adalah generalisasi obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, dan sample penelitian berjumlah 41 orang. Uji univariat, validitas, reabilitas, korelasi dengan regresi linier berganda, uji T, uji F.

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat: CV. Parahyangan Express, Jl. Komarudin No. 90, Cakung – Jakarta Timur
Waktu : Mei - Agustus 2017.

4. HASIL dan PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Tabel 2. Analisis Univariat Karakteristik Responden (N=41)

No	Variabel	frequency	persen	Valid %	Cumulative %
1	Jenis kelamin				
	-laki-laki	19	46.3	46.3	46.3
	-perempuan	22	53.7	53.7	100.0
2	Usia				
	-21-40	19	46.3	46.3	46.3
	-41-60	22	53.7	53.7	100.0
3	Pendidikan				
	-SMA/SMK	8	19.5	19.5	19.5
	-Akademik	33	80.5	80.5	100

1. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan Kalibrasi Data

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas Instrumen digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dan memiliki nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$

dan sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka pertanyaan/ pernyataan kuesioner dianggap drop/ tidak valid. Dan dari 41 sampel responden diperoleh $r \text{ tabel} = 0.316$. maka hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_1), masing-masing butir pernyataan adalah sebagai berikut

Tabel 3. Uji Validitas Variabel X_1 Kepercayaan

No	Pearson correlation	Sig. (2-tailed)	r tabel	n	keterangan
1	.437	.004	0.316	41	valid
2	.599	.000	0.316	41	valid
3	.737	.000	0.316	41	valid
4	.689	.000	0.316	41	valid
5	.495	.001	0.316	41	valid
6	.731	.000	0.316	41	valid
7	.519	.001	0.316	41	valid
8	.421	.006	0.316	41	valid
9	.593	.000	0.316	41	valid
10	.690	.000	0.316	41	valid
11	.681	.000	0.316	41	valid
12	.688	.000	0.316	41	valid
13	.748	.000	0.316	41	valid
14	.579	.000	0.316	41	valid
15	.630	.000	0.316	41	valid

Sumber: hasil pengolahan data tahun 2017

b. Uji Validitas Variabel X_2 Kualitas Pelayanan

Dari hasil uji statistik kuesioner variabel X_2 yaitu variabel Kualitas Pelayanan maka

diperoleh nilai validitas masing-masing butir pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Validitas Variabel X₂ Kualitas Pelayanan

No	Pearson correlation	Sig. (2-tailed)	r tabel	n	keterangan
KP1	.460	.002	0.316	41	valid
KP2	.728	.000	0.316	41	valid
KP3	.732	.000	0.316	41	valid
KP4	.708	.000	0.316	41	valid
KP5	.627	.000	0.316	41	valid
KP6	.647	.000	0.316	41	valid
KP7	.429	.005	0.316	41	valid
KP8	.502	.001	0.316	41	valid
KP9	.618	.000	0.316	41	valid
KP10	.611	.000	0.316	41	valid
KP11	.544	.000	0.316	41	valid
KP12	.774	.000	0.316	41	valid
KP13	.803	.000	0.316	41	valid
KP14	.714	.000	0.316	41	valid
KP15	.692	.000	0.316	41	valid

Sumber: hasil pengolahan data tahun 2017

Dari uji validitas pernyataan kuesioner variabel x₂ (Kualitas Pelayanan) di atas, terlihat bahwa semua pernyataan

memiliki nilai r_{hitung} > nilai r_{tabel} sehingga semua pernyataan dalam kuesioner tersebut adalah valid.

c. Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

Bedasarkan perhitungan statistik pada kuesioner yang berhasil diisi dan dikumpulkan kepada 41 responden untuk

variabel Peningkatan Jumlah Pelanggan maka diperoleh nilai validitas dari masing-masing butir pernyataan seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y Loyalitas Pelanggan

No	Pearson correlation	Sig. (2-tailed)	r tabel	n	keterangan
LP1	.375	.016	0.316	41	Valid
LP2	.528	.000	0.316	41	Valid
LP3	.587	.000	0.316	41	Valid
LP4	.669	.000	0.316	41	Valid
LP5	.502	.001	0.316	41	Valid
LP6	.699	.000	0.316	41	Valid
LP7	.598	.000	0.316	41	Valid
LP8	.627	.000	0.316	41	Valid
LP9	.625	.000	0.316	41	Valid
LP10	.589	.000	0.316	41	Valid
LP11	.555	.000	0.316	41	Valid
LP12	.796	.000	0.316	41	Valid
LP13	.482	.001	0.316	41	Valid
LP14	.769	.000	0.316	41	Valid
LP15	.700	.000	0.316	41	Valid

Sumber: hasil pengolahan data tahun 2017

Dari uji validitas pernyataan kuesioner variabel Y (Loyalitas Pelanggan) di atas, terlihat semua pernyataan memiliki nilai

r_{hitung} > nilai r_{tabel} sehingga semua pernyataan kuesioner dianggap valid.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Uji Reabilitas instrumen untuk mengukur keterandalan instrumen. Keterandalan instrumen adalah konsistensi, stabilitas, kepercayaan dan daya prediksi terhadap hasil pengukuran dengan menggunakan instrumen tersebut. Dengan demikian instrumen-instrumen tersebut dapat menjangkau data untuk mengungkapkan tujuan penelitian. Yang dikatakan reliabel jika nilai cronbach alphanya ≥ 0.60 .

a. Hasil Uji Reliabilitas variabel Kepercayaan (X₁), adalah sebagai berikut:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	15

Dari hasil uji reabilitas 15 pernyataan untuk variabel kepercayaan X₁ di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,881 > 0,60$. Dengan demikian pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (keterandalan). Kuesioner yang terandal artinya kuesioner akan menghasilkan hasil yang sama atau mendekati meskipun disebarkan berapa kalipun.

b. Uji Reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	15

Dari hasil uji reliabilitas 15 pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₂) di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.894 > 0.60$. Dengan demikian

pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (keterandalan).

c. Uji Reabilitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	15

Dari hasil uji reliabilitas 15 pernyataan untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di atas, diperoleh nilai *Cronbach'Alpha* sebesar $0,878. > 0,60$. dengan demikian pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (keterandalan).

5. Pengujian Statistik dan Hipotesis

a. Uji Koefisien Korelasi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan perhitungan korelasi Product Moment Pearson. Dan untuk mengetahui berapa jumlah koefisien korelasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh nilai seperti di bawah ini :

Tabel 6, Uji Korelasi Berganda Variabel Kepercayaan (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
correlation

	X1	X2	Y
X1 Pearson Corelation	1	-.106	.284
Sig.(2-tailed)		.508	.072
n	41	41	41
X2 Pearson Corelation	-.106	1	.687**
Sig.(2-tailed)	.508		.000
n	41	41	41
Y Pearson Corelation	.284	.687**	1
Sig.(2-tailed)	.072	.000	
n	41	41	41

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Korelasi antara Variabel Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan diperoleh nilai $r = 0,248$, dengan probabilitas $0,00 < 0,05$. artinya ada hubungan antara kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan, sebesar 24,8%.
2. Korelasi antara Variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan diperoleh nilai r sebesar $0,687$ dengan nilai probabilitas $0,00 < 0,05$. artinya ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan, sebesar 68,7%.
3. Korelasi antara Variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan diperoleh nilai r : $-0,106$, dengan probabilitas $0,00 < 0,05$.

artinya ada hubungan antara Kepercayaan dengan Kualitas Pelayanan, sebesar -16,0%.

4. Korelasi antara Variabel Kepercayaan, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar $0,775$ atau 77,5 %, artinya antara ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat. Hasil uji Korelasi Berganda dapat dilihat pada nilai R dalam tabel Summary

b. Uji Determinasi

Uji Determinasi dalam penelitian ini untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh antara variabel independen X₁ dan X₂ secara serentak terhadap variabel dependen Y.

Tabel 7. Uji Determinasi Variabel Kepercayaan (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)
Model Summary

Model	R	R square	Adjusted R square	Std.error of the estimate
1	.775	.600	.579	3.572

a. predictors: (constant), X₁, X₂

dari tabel di atas diperoleh R² (R Square) sebesar $0,600$ atau 60,0%. Artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan) terhadap Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan) sebesar 60%, dan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

c. Hasil Uji Regresi berganda uji regresi, digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Dan untuk mengetahui berapa jumlah koefisien regresi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas. Pada hipotesis dituliskan bahwa terdapat pengaruh antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, maka dapat diduga bahwa

semakin tinggi tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan, maka akan berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut dilakukan dengan analisis model regresi berganda dengan rumus $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ dimana Y =Loyalitas Pelanggan,

X_1 =Kepercayaan, X_2 =Pembedaan Kualitas Pelanggan Jenis Barang, a = nilai konstanta, dan b_1 dan b_2 = koefisien residual. Dimana hasil analisis model regresi hubungan antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Berganda Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.833	8.055		.103	.918
X1	.330	.094	.361	3.496	.001
X2	.646	.092	.725	7.028	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, $\rightarrow Y = 0,833 + 0,330X_1 + 0,646X_2$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Konstanta (a) sebesar 0,833, artinya jika Kepercayaan (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) nilainya adalah 0, maka Loyalitas Pelanggan (Y) nilainya adalah sebesar 0,833.
- 2) Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_1) sebesar 0,330 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan Kepercayaan mengalami kenaikan 1%, maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,330 atau (33%). artinya ada hubungan antara Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan, semakin tinggi Kepercayaan, maka makin meningkat Loyalitas Pelanggan.
- 3) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,646 artinya bila variabel bebas

kepercayaan naik 1%, maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,646 atau akan memberi pengaruh pada Loyalitas Pelanggan sebesar 0,646 (64,6%). artinya ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.

- d. Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F)

Uji Regresi ini untuk mengetahui apakah Variabel bebas (Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan).

Kriteria Pengujian: Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (nilai sig. < 0,05) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (nilai sig. > 0,05)

Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersamaan (Uji F) adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Regresi secara bersamaan (uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
1 regresion	727.929	2	363.964	28.520	.000 ^a
Residual	484.949	38	12.762		
Total	1212.878	40			

a. predictors: (constant: X2, X1), b. dependet : variabel Y

Berdasarkan tabel di atas nilai $F_{hitung} = 28,520$ dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{tabel}

yang diperoleh dari 41 sampel dengan taraf sinifikasi 5% ($\alpha=0,05$) diperoleh nilai F_{tabel}

sebesar 3,31. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $28,520 > 3,31$ dan nilai signifikansi $<$ nilai probabilitas yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka secara bersamaan (simultan) Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

e. Uji t

uji t untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara nilai koefisien regresi variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil Uji t Korelasi Kepercayaan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 10. Hasil Uji t pengaruh Kepercayaan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.833	8.055		.103	.918
	X1	.330	.094	.361	3.496	.001
	X2	.646	.092	.725	7.028	.000

a. Dependent Variable: Y

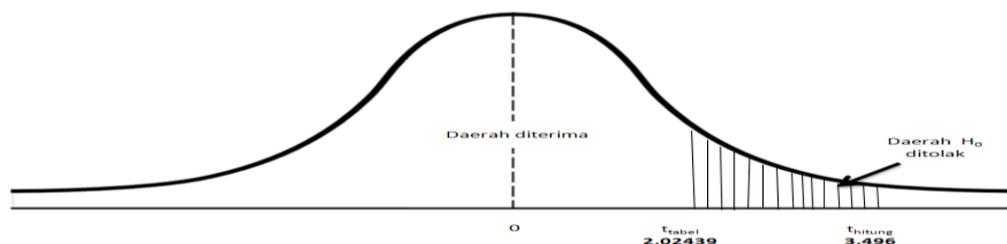
Berdasarkan tabel 10 di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1) Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan koefisien regresi pada taraf $\alpha=5\%$ diperoleh t_{hitung} variabel X1 sebesar 3.496. nilai t tabel berdasarkan pada tabel t dengan jumlah sampel sebanyak 41, diperoleh nilai t_{tabel} , dengan $dk\ n - 2 = 41 - 2 = 39$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,022,

maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,496 > 2,022$, dan nilai signifikan $<$ nilai probabilitas ($0,001 < 0,05$), maka keputusan pengujian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan signifikan variabel X1 dan X2 terhadap Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

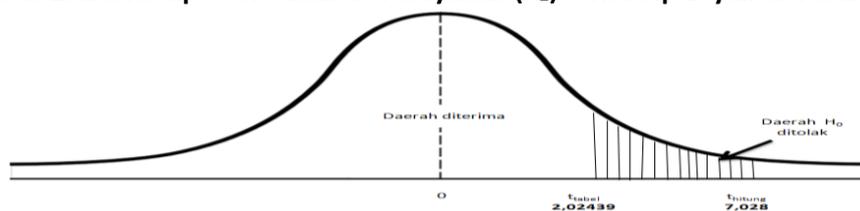
Gambar 1. Kurva Hipotesis Kepercayaan (X₁) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)



2) Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil perhitungan koefisien regresi pada taraf $\alpha=5\%$ diperoleh t_{hitung} variabel X1 sebesar 7,028. nilai t tabel sebesar 2,022, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,028 > 2,022$) dan nilai signifikan $<$ nilai probabilitas ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan signifikan variabel X1 terhadap Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Gambar 2. Kurva Hipotesis Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)



5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dari penelitian mengenai Korelasi Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Cv Parahyangan Express, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji Regresi Berganda menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan memberikan pengaruh sebesar 0,330 atau 33% terhadap loyalitas Pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0,399 atau 39,9% terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari hasil Uji Regresi ini membuktikan bahwa Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh faktor Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan.
2. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 0,600 atau 60,0%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Pengujian Hipotesis dilakukan melalui Uji F dan Uji t.

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ nilai probabilitas. Nilai $F_{hitung} = 28,520$ dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{tabel} yang diperoleh dari 41 sampel dengan taraf sinifikasi 5% ($\alpha=0,05$) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,31. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $28,520 > 3,31$ dan nilai signifikasi $<$ nilai probabilitas yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga H_0

ditolak dan H_a diterima, maka secara bersamaan (simultan) Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dari hasil uji t diketahui bahwa Variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ nilai probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan . t_{tabel} , dengan dk $n - 2 = 41 - 2 = 39$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,022, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,496 > 2,022$, dan nilai signifikan $<$ nilai probabilitas ($0,001 < 0,05$), maka keputusan pengujian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan signifikan variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

5.2. Saran

1. Mengingat Kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan maka sebaiknya CV Prahyanan Express terus meningkatkan aspek-aspek Kepercayaan yang dirasa masih kurang yakni kejelasan mengenai Pelayanan yang dilakukan dan menambah frekuensi Kepercayaan, hal ini dapat dilakukan dengan cara antara lain membuat mengantar barang dan berhati – hati saat beropasi jangan sampai barang rusak.
2. Bagi CV Parahyangan Express terkait dengan Kualitas Pelayanan, hendaknya terusmeningkatkan Pelayanan dengan cara lebih selektifdalam mengantar barang, sehingga menimbulkan Loyalitas pada pelanggan.
3. Untuk penelitian yang akan datang, karena penelitian ini hanya membatasi pada satu

obyek penelitian dan dinilai masih kurang dalam mengetahui tingkat Loyalitas Pelanggan, hendaknya penelitian yang akan datang bisa menambahkan beberapa obyek penelitian pada bidang yang sama sehingga peneliti akan mengetahui penyebab Loyalitas Pelanggan secara beragam. Misalnya tidak hanya pada variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan saja, melainkan ada variabel lainnya yang mampu mempengaruhi tingkat Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono.2006.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &. D.Bandung:Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2001.* Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Sugiyono, (2000),* Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2006.* "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2002.* Metodologi Penelitian. Jakarta, Penerbit PT. Rineka Cipta.