Journal Economic Excellence Ibnu Sina
Vol.1, No.3 September 2023
E-ISSN :3025-2156p-ISSN : 3025-2148,Hal 159-174
DOI: https://doi.org/10.59841 /xcellence.v2i3.353

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Pendapatan (Studi Kasus Pada Jasa Pengiriman JNE Umar Ar-Rasyid Brebes)

Anisa Fitri [1], Dewi Indah Mulyani [2], Nur Afrida[3]
Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhadi Setiabudi Brebes, Indonesia
E-mail: anisamanajemenumus@gmail.com[1], mulyaniindahdewi342@gmail.com[2], nurafridah0373@gmail.com[3]

Alamat : Jalan P. Diponegoro Km. 2 Wanasari Brebes Jawa Tengah 52212;Telp. (0283) 6199000; Fax. (0283) 6199001; http://www.umus.ac.id ; E-mail: umus@umus.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality, customer satisfaction and loyalty on income at the JNE Umar Ar-Rasyid Brebes delivery service. The variables of this research are service quality, satisfactiion, costomer loyalty and income. The sample of this research is 100 respondents. This type of research is quantitative. The result of the F test concluded that service quality, costomer satisfaction and loyalty simultaneously have a significant effect on income because the value of $F_{count}>F_{table}$ or 57.789>2.70 has a significance value of 0.000<0.05. The result of the T (Partial) test for service quality have a significant effect on income because the value of $t_{count}>t_{table}$ or 3.808>1.984 with a significance value of 0.000<0.05. Satisfaction has no significant effect on income because the value of $t_{count}>t_{table}$ or 1.874<1.984 ang a significance value of 0.064>0.05. Costomer loyalty has a significant effect on income because the value of $t_{count}>t_{table}$ or 3.357>1.984 and a significance value of 0.001<0.05.

Keyword: *Servis Quality, Satisfaction, Costomer Loyalty, and Revenue.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap pendapatan di jasa pengiriman JNE Umar Ar-Rasyid Brebes. Variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas pelanggan dan pendapatan. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil uji F disimpulkan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan karena nilai $F_{hitung}>F_{tabel}$ atau 57,789>2,70 nilai signifikansi 0,000<0,05. Hasil uji T (Parsial) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai $t_{hitung}>t_{tabel}$ atau 3,808>1,984 dengan nilai signifikansi 0,000<0,05. Kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai $t_{hitung}>t_{tabel}$ atau 1,874<1,984 dan nilai signifikansi 0,064>0,05. Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 3,357>1,984 dan nilai signifikansi 0,001<0,05.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan dan Pendapatan.

LATAR BELAKANG

Berkembangnya bisnis *online* membuka peluang yang besar dan sangat menjanjikan untuk perusahaan jasa. . Adanya perusahaan jasa pengiriman barang memudahkan jual beli *online* dalam proses pengiriman barang khususnya kepada pembeli dari luar kota. Keberadaan perusahaan jasa pengiriman barang saat ini pun sudah sangat mudah ditemukan diberbagai daerah. Perkembangan bisnis jasa pengiriman barang sekarang ini tidak hanya dinikmati oleh pelaku dari kota-kota besar saja melainkan sudah merata diberbagai daerah. Hal ini dikarenakan keberadaan pelaku bisnis *online* sudah menyebar hingga diberbagai

Received Juli 30, 2023; Revised Agustus 12, 2023; Accepted September 25, 2023
* Anisa Fitri , anisamanajemenumus@gmail.com

daerah. Cakupan area yang luas dari perusahaan jasa pengiriman barang JNE, membuat penulis lebih berfokus pada perusahaan jasa pengiriman barang JNE yang berada di Kabupaten Brebes yaitu JNE Umar Ar-Rasyid. Berikut jumlah konsumen JNE Umar Ar-Rasyid Brebes

Menurut buku yang ditulis oleh Swastha & Basu (2014) jasa adalah produk tidak nyata atau tidak dapat dilihat tetapi hanya dapat dirasakan sewaktu dikonsumsi. Menurut buku yang ditulis oleh Fitria Halim, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah (2021) menjelasakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun (Apriliani, 2021). . Ada banyak aspek penting yang berperan guna mempertahankan sebuah bisnis misalnya kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Apabila suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas maka akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan diberikannya pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan sehingga membuat pelanggan ingin menggunakan produk atau jasa berulang kali. Kepuasan pelanggan inilah yang nantinya akan menjadikan pelanggan menjadi loyal.

Secara umum kualitas pelayanan dapat kita ketahui dengan melihat apakah konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013) kepuasan pelanggan (kepuasan pelanggan) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan (Kusumowardani.D, 2021). Secara garis besar loyalitas pelanggan dapat kita artikan sebagai pelanggan yang setia menggunakan baik jasa maupun produk suatu perusahaan secara berulang dan tidak beralih pada perusahaan lain, yang dapat menjadi sumber aliran pendapatan menjamin bagi perusahaan (Handayani Sitorus & Siregar, 2022). Perkembangan dan kemajuan perusahaan dikatakan sehat apabila kontribusi pendapatan perusahaan dari kelompok pasar ini baik (Isnaini et al., 2022). Loyalitas yang diberikan pelanggan kepada perusahaan adalah hasil dari kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari perusahaan yang mana bisa mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan (Handayani Sitorus & Siregar, 2022). Rumusan masalah: (1)Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan JNE Umar Ar-Rasyid Brebes?. (2) Apakah kepuasan berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan JNE Umar Ar-Rasyid Brebes?. (3)Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan JNE Umar Ar-Rasyid Brebes?. (4)Apakah kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap

pendapatan JNE Umar Ar-Rasyid Brebes?. Tujuan penelitian: (1)Untuk mengukur seberapa besar presentase dan mengetahui secara parsial apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pendapatan pada JNE Umar Ar-Rasyid Brebes. (2)Untuk mengukur seberapa besar presentase dan mengetahui secara parsial apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap pendapatan pada JNE Umar Ar-Rasyid Brebes. (3) Untuk mengukur seberapa besar presentase dan mengetahui secara parsial apakah terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap pendapatan pada JNE Umar Ar-Rasyid Brebes. (4) Untuk mengukur seberapa besar presentase dan mengetahui secara simultan apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap pendapatan pada JNE Umar Ar-Rasyid Brebes.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan bagian dari beberapa rangkaian aktifitas yang diperuntukkan kepada orang yang membutuhkan layanan (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021). Menurut Saputra & Ardani (2020) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Khairina & Nada, 2020). Alma (3013) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan servis yang dihasilkan perusahaan (Khairina & Nada, 2020). Menurut Nanang Tasunar (2012:44) dalam Lesmana (2017) mendefinisikan “kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales counter* yang dilakukan oleh konsumen”.

Kepuasan

Menurut Tjiptono (2008) di kutip dari Paputungan et al.(2021) Kepuasan pelanggan adalah suatu proses merespon kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2008) di kutip dari Afifah et al. (2021) berasal dari kepuasan (*satisfaction*) beasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh harapan pelanggan tentang layanan atau produk yang

memenuhi keinginan mereka. Menurut Daryanto dan setyobudi (2014:43) di kutip dari Anshar & Mashariono (2019) kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari pelanggan setelah pelanggan menggunakan produk tersebut yang dapat memenuhi harapan dan kebutuhannya. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa pelanggan yang merasa tidak puas dengan apa yang mereka harapkan. Menurut griffin (2010) dalam Hidayat (2020) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Menurut Amir (2005) dalam Abdul Gofur (2019) kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2015:13) dikutip dari Saidani et al. (2019) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana kinerja produk yang dirasakan memenuhi harapan pembeli.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah tentang presentase dari konsumen ynag pernah membeli di suatu perusahaan atau toko dalam jangka waktu tertentu kemudian melakukan pembelian kembali sejak pembeliannya pertama (Anugrah et al., 2020). Menurut Kotler dan Keller (2016) dikutip dari Agiesta et al. (2021) mengatakan loyalitas yakni keinginan yang mengakar pada waktu yang akan datang untuk kembali membeli produk dan jasa yang diinginkan walaupun keadaan dan upaya pemasaran dapat mengakibatkan perubahan pada pelanggan. Menurut sukmawati (2012) dalam Hidayat (2020) Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap sautu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut. Menurut Lovelock & Wirtz (2011:133) dalam Thungsal & Siagian (2019) loyalitas pelanggan adalah keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Menurut Wulf et al. (2011) dalam Wirawan et al. (2019) loyalitas dapat dipahami merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian dilakukan oleh seorang pelanggan terhadap suatu perusahan. Menurut Ulfa & Mayliza (2019) loyalitas pelanggan merupakan suatu kegiatan yang penting diperhitungkan oleh perusahaan karena sangat berhubungan dengan kelangsungan perusahaan dimasa depan. Loyalitas pelanggan penting bagi perusahan baik yang bergerak di bidang produk atau jasa.

Pendapatan

Menurut Arianti (2020) Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan suatu masyarakat. Menurut Reksoprayitno (2004) dalam Fadhli & Fahimah (2021) pendapatan merupakan balas jasa atau total penerimaan seseorang dalam periode waktu tertentu, baik yang berupa gaji, penghasilan sewa, keuntungan usaha dan lain sebagainya. Menurut Dewi (2018) pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang dapat dicapai daripada penggunaan faktor-faktor produksi. Pendapatan JNE Umar Ar- Rasyid dipengaruhi oleh jumlah pelanggan yang didapat. Seperti diketahui bahwa terdapat masalah-masalah yang ada berkaitan dengan kualitas pelayanan yang dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang apabila tingkat kepuasan menurun maka akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan juga. Dan apabila permasalahan tersebut terus berlanjut maka akan berpengaruh terhadap pendapatan yang didapatkan JNE Umar Ar-Rasyid.Menurut Hendrik (2011) dalam Dwiningwarni & Amrulloh (2020) pengertian lain dari pendapatan adalah balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji atau upah, sewa, bunga, serta keuntungan atau profit. Menurut Purnomo & Adhitya (2021) Pendapatan merupakan penghasilan yang dimiliki oleh seseorang yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari yang mengartikan bahwa pendapatan sangat penting bagi seseorang untuk melangsungkan kehidupan baik secara langsung maupun tidak langsung.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian secara sistematis yang berkaitan dengan angka-angka dan hubungan antar variabel dengan tekhnik statistik untuk menganalisa hasilnya.

Penelitian dilakukan di JNE Umar Ar-Rasyid yang berada di Jl. Jenderal A. Yani no.20, Brebes Tengah, Pesanggrahan, Kec. Brebes, Kab. Brebes, Jawa Tengah 52212. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan JNE Umar Ar-Rasyid pada satu tahun terakhir yaitu pada periode 2022 yaitu sebanyak 7.300 pelanggan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan rumus *slovin*. Desain dalam pengambilan sampel melalui bentuk *probability* dengan secara ramdom/acak.

Alat pengukuran uji instrumen ini yaitu menggunakan SPSS 22. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini bersumber dari data primer yakni dengan cara mengumpulkan data mentahnya yang dilakukan oleh peneliti sendiri melalui instrumen berupa kuesioner. Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat pengumpulan data yang ada di lapangan yaitu menggunakan kuesioner. Adapun uji data yang diakukan adalah meliputi uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinieritas, dan hereroskedastisitas, serta uji hipotesis berupa uji t, uji f, uji koefisien determinasi, dan uji regresi linier berganda.Terdapat 4 variabel dalam penelitian ini, yaitu: variabel independen dengan Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan (X2), Loyalitas Pelanggan (X3) dan variabel dependen Pendapatan (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk melihat daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dibuat oleh penulis apakah sudah benar atau tidak. Kuesioner dikatakan sudah benar apabila telah diuji dan mendapatkan nilai yang valid. Untuk mengetahui valid tidaknya suatu data yaitu dengan membandingkan nilai r hitung pada tabel *corrected iem-total correlation*. Pernyataan dapat dikatakan akurat apabila r hitung > r tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	R table	R hitung	Keterangan
1.	1	0,196	0.695	Valid
2.	2	0,196	0.595	Valid
3.	3	0,196	0.693	Valid
4.	4	0.196	0.473	Valid
5.	5	0,196	0,628	Valid
6.	6	0,196	0,652	Valid
7.	7	0,196	0,730	Valid
8	8	0,196	0,653	Valid
9	9	0,196	0,648	Valid

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari $R_{tabel.}$ Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 9 pernyataan kualitas pelayanan (X1) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan (X2)

No	Pertanyaan	R table	R hitung	Keterangan
1.	1	0,196	0.385	Valid
2.	2	0,196	0.475	Valid
3.	3	0,196	0.558	Valid
4.	4	0.196	0.382	Valid
5.	5	0,196	0,485	Valid
6.	6	0,196	0,352	Valid
7.	7	0,196	0,498	Valid
8.	8.	0,196	0,468	Valid
9.	9.	0,196	0,487	Valid

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari $R_{tabel.}$ Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 9 pernyataan Kepuasan (X2) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (X3)

No	Pertanyaan	R table	R hitung	Keterangan
1.	1	0,196	0.428	Valid
2.	2	0,196	0.448	Valid
3.	3	0,196	0.534	Valid
4.	4	0.196	0.274	Valid
5.	5	0196	0,527	Valid
6.	6	0,196	0,377	Valid
7.	7	0,196	0,536	Valid
8.	8.	0,196	0,436	Valid
9.	9.	0,196	0,536	Valid

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari $R_{tabel.}$ Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 9 pernyataan Loyalitas Pelanggan (X3) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Pendapatan (Y)

No	Pertanyaan	R table	R hitung	Keterangan
1.	1	0,196	0.489	Valid
2.	2	0,196	0.430	Valid
3.	3	0,196	0.534	Valid
4.	4	0.196	0.380	Valid
5.	5	0,196	0,499	Valid
6.	6	0,196	0,392	Valid

7.	7	0,196	0,537	Valid
8.	`8	0,196	0,476	Valid
9.	9	0,196	0,476	Valid

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.10 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} yang lebih besar dari $R_{tabel.}$ Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 9 pernyataan Pendapatan (Y) dinilai semua butir pernyataan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dai variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0.60

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Pelayanan	.818	9
Kepuasan	.887	9
Loyalitas Pelanggan	.805	9
Pendapatan	.780	9

Sumber: Data Diolah 2023

Dari hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan menunjukan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha*>0.60.

Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi dengan normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89296715
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.059
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

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 Diolah 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0.200>0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan anara variabel independen dalam satu model. Kemiripan antara variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari nilai VIF. Bila hasil dari VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 maka terjadi multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	5.172	2.597		1.991	.049		
X1	.351	.092	.352	3.808	.000	.435	2.298
X2	.169	.090	.191	1.874	.064	.356	2.807
X3	.361	.108	.343	3.357	.001	.357	2.804

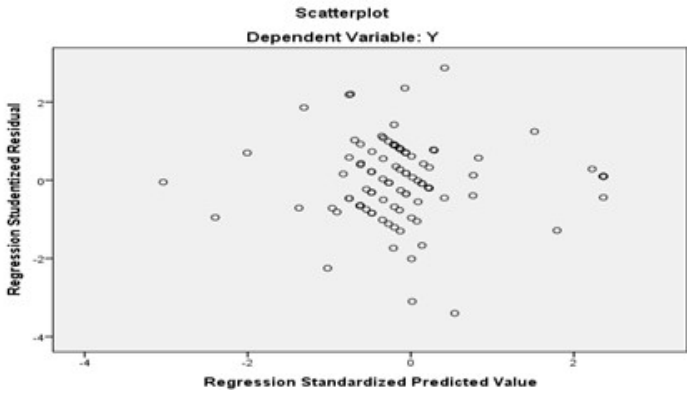
a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah 2023

Dari hasil penelitian pada tabel 4.16 terlihat bahwa nilai telerance dan VIF menunjukan bahwa tidak da satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan tidak ada satu nilai tolerance variabel independen yang memenuhi nilai tolerance yaitu kurang dari 0,1 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual. Dalam pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas ada hal yang harus diamati yaitu : (1) Apabila terdapat data berbentuk suatu pola, seperti titik-titik yang bergelombang, melebar dan kemudian meyamping serta teratur sehingga membentuk suatu pola tertentu maka dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Apabila tidak membentuk suatu pola dan penyebarannya merata baik dibagian atas dan dibawah angka nol maka dikatakan tidak ada hekterokedastisitas pada penelitian tersebut.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedatisitas

Dari gambar grafik scatterplot diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut juga homokedastisitas karena variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap.

Uji Regresi Linier Berganda

Metode pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Bertujuan untuk menguji hubungan sekaligus pengaruh dari variabel bebas

terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hubungan itu positif atau negatif ditentukan oleh koefisien arah regresi yang berlambangkan huruf b jika b positif maka hubungannya positif pula. Artinya, semakin naik (tinggi) nilai X, semakin tinggi pula niali Y. Demilian pula sebaliknya.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.172	2.597		1.991	.049
	Kualitaspelayanan	.351	.092	.352	3.808	.000
	Kepuasan	.169	.090	.191	1.874	.064
	Loyalitaspelanggan	.361	.108	.343	3.357	.001

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data Diolah 2023

Persamaan regresi linier tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (a) Nilai konstanta (α) sebesar 5.172 menunjukan bahwa jika variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dianggap konstan atau sama dengan nol (0) terhadap pendapatan adalah sebesar 5.172. (b) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.351 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat hubungan positif dengan nilai pendapatan, hal ini menunjukan bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkat pula pendapatan begitu pula sebaliknya. (c) Koefisien regresi kepuasan (X2) sebesar 0.169 menyatakan bahwa variabel kepuasan terdapat hubungan positif dengan nilai pendapatan, hal ini menunjukan bahwa semakin puas konsumen atas pelayanan yang diberikan maka akan meningkat pula pendapatan begitu pula sebaliknya (d) Koefisien loyalitas pelanggan (X3) sebesar 0.361 menyatakan bahwa variabel loyalitas pelanggan terdapat hubungan positif dengan nilai pendapatan, hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi loyalitas pelanggan maka akan meningkat pula pendapatan begitu pula sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variabel independen (kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan) terhadap variabel dependen (pendapatan).

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda R (Square)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802[a]	.644	.632	1.92232

a. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan,kepuasan,loyalitaspelangan

b. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh besarnya R Square (R^2) adalah 0.644. Hasil ini menunjukan bahwa 64,4% variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap pendapatan sebesar 64,4%, sedangkan sisanya 16,6% niali pendapatan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Uji Partial (Uji T)

Hasil Uji T dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel secara individual (parsial) variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji Partial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.172	2.597		1.991	.049
	Kualitaspelayanan	.351	.092	.352	3.808	.000
	Kepuasan	.169	.090	.191	1.874	.064
	Loyalitaspelanggan	.361	.108	.343	3.357	.001

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data Diolah 2023

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing –masing variabel independen terhadp variabel dependen dapat dinilai dari nilai signifikan setiap variabel. (1) Hasil dari perhitungan tabel 4.19 kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 3,808>1,984 dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,000<0,05. Maka hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. (2) Hasil dari perhitungan tabel 4.19 kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 1,874<1,984 dan nilai signifikan yang dihasilkan

0,064>0,05. Maka hal ini menunjukan bahwa variabel kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. (3) Hasil dari perhitungan tabel 4.19 loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 3,357>1,984 dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,001<0,05. Maka hal ini menunjukan bahwa variabel loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel secara individual (parsial) variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640.641	3	213.547	57.789	.000[b]
	Residual	354.749	96	3.695		
	Total	995.390	99			

a. Dependent Variable: pendapatan

b. Predictors: (Constant), kualitaspelayanan,kepuasan,loyalitaspelanggan

Sumber: Data Diolah 2023

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.20 diketahui bahwa kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau 57,789 > 2,70 nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 < 0.05. karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hal ini berarti variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan jasa pengiriman barang JNE.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan pada pengujian kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan terhadap pendapatan di jasa pengiriman barang JNE Umar Ar-Rasyid Brebes. (1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal tersebut didukung dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 3,808>1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa **Ho ditolak dan H1 diterima.** (2) Kepuasan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan. Hal tersebut didukung dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,874<1,984 dan nilai signifikansi yang dihasilkan

0,064>0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa **Ho diterima dan H2 ditolak.** (3) Loyalitas pealnggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Hal ini didukung dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 3,357>1,984 dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,001<0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa **Ho ditolak dan H3 diterima.** (4) Kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu 57,789 > 2,70 nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 < 0.05. sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa **Ho ditolak dan H4 diterima.**

Saran: Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya serta mencari indikator lain sebagai alat pengukur dari variabel yang akan diteliti.

DAFTAR REFERENSI

Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(1), 37–44.

Afifah, A., Setiadi, R., Mukson, M., Fitralisma, G., Ikhwan, S., & Dwita Kumala, F. (2021). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Tape Ketan Daun Jambu. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, *1*(02), 37–41. https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.359

Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *5*(1), 1653.

Anshar, A., & Masharionо. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *8*(4), 1–16.

Anugrah, R., Tanamal, J., & Nainggolan, E. P. (2020). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Jne Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, *5*(2), 160–170. https://doi.org/10.22487/jimut.v5i2.149

Apriliani, N. K. F. G. (2021). *Pengaruh Kualitas pelayanan dan tarif terhadap pendapatan sebelum dan saat terjadi covid-19 pada puskesmas tanah kali kedinding surabaya*.

Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, *10*(1), 13–36. https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36

Dewi, I. Y. (2018). *Proposal Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan , Lokasi Usaha Dan Pedagang*.

Dwiningwarni, S. S., & Amrulloh, A. Z. (2020). Peranan Pengelolaan Dana Desa Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Jombang Jawa Timur. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, *4*(1), 1–20. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i1.4128

Fadhli, K., & Fahimah, D. A. N. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Kesejahteraan Keluarga Penerima Manfaat (Kpm) Bantuan Sosial Covid-19. *Jurnal Education and Development*, *9*(3), 118–124.

Handayani Sitorus, F., & Siregar, S. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pendapatan Perusahaan pada PT JNE Express Kisaran Cabang Asahan*. *2*(2), 2723–2732.

Hidayat, S. R. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Mitra Andalan Trans Anugerah*. http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/76/

Isnaini, F., Hermain, H., & Aslami, N. (2022). *ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN CV SAGU BASAH PAK UDIN DALAM PERSPEKTIF*. *2*(1), 129–142.

Khairina, A., & Nada, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumwe). *Jurnal Visioner & Strategis*, *9*, 1–5.

Kusumowardani.D. (2021). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Pendapatan Perusahaan Pada Pelayanan Laboratorium Kesehatan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, *23*(1), 74–91.

Lesmana, R. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA Berikut ini data penjualan PT . Radekatama Piranti Nusa Tahun 2013 dibawah ini : Data Jumlah penjualan Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2013- 2017 Jenis Keluhan /*. *2*(2), 115–129.

Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu. *Productivity*, *2*(5), 397–402.

Purnomo, S. D., & Adhitya, B. (2021). Pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan industri mikro dan Kecil di Indonesia the effect of the digital economy on industrial income micro and small in Indonesia. *Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, *21*(1), 85–95.

Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, *6*(1), 54–57. https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729

Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasaan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, *10*(2), 425–444.

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, word of mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *19*(2), 2596–2620. https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057

Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta.* https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Thungasal, C., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, *7*(1),

287133.

Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi*, 1–16.

Wirawan, A. A., Sjahruddin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, *10*(1), 15–26. https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z