

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Konsumen J&T di Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Oleh :

**Angga Abung Pratama
NPM: 1951040234**



Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/2023 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Konsumen J&T di Bandar Lampung)**

Skripsi

**Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Dapat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) Dalam Ilmu
Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

Angga Abung Pratama

NPM: 1951040234

Program Studi: Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : A. Zuliyansyah, S. Si., M.M

Pembimbing II : Weny Rosilawati, M.M

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Perkembangan bisnis online di Indonesia sekarang ini menunjukkan tren yang terus meningkat, karena semakin banyaknya orang Indonesia yang memilih berbelanja secara online dibandingkan datang langsung ke tempatnya atau toko ritel. Semakin meningkatnya jumlah orang Indonesia yang memilih berbelanja secara online membuat perusahaan penyedia jasa logistik merasakan dampaknya, karena banyaknya permintaan pengiriman barang. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen j&t di Bandar Lampung, untuk mengetahui moderasi kepuasan konsumen mampu memperkuat atau memperlemah kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen J&T di Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data menyebarkan kuesioner pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden melalui *Google Form* dengan menggunakan skala *likert* sebagai data yang akan diolah menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian yang diperoleh dari konsumen J&T menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen maka hipotesis pertama didukung. Hasil uji moderasi kepuasan konsumen pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen menghasilkan nilai original sampel *negatif* dan *p-value* bernilai signifikan, dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen memperlemah hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The development of online business in Indonesia currently shows a trend that continues to increase, because more and more Indonesians choose to shop online rather than coming directly to a place or retail store. The increasing number of Indonesians who choose to shop online has made logistics service providers feel the impact, due to the large demand for goods delivery. Therefore, this research aims to determine the effect of service quality on J&T consumer loyalty in Bandar Lampung, to determine whether consumer satisfaction moderation is able to strengthen or weaken service quality on consumer loyalty, to determine service quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as a moderating variable viewed from the perspective Islamic economics.

This research uses a quantitative type of research. Where this research uses primary data obtained from distributing questionnaires to 50 respondents with a sampling technique using a combination of accidental and purposive sampling methods and research data analysis using multiple linear regression analysis using the SPSS version 23 program. The independent variable in this research is service quality (X) while the dependent variable in this research is customer loyalty (Y). And the moderating variable in this research is customer satisfaction (M).

The research results show that Service Quality has a positive influence on J&T consumer loyalty in Bandar Lampung. Consumer satisfaction with service quality has a positive effect on J&T consumer loyalty in Bandar Lampung. Overall service quality, consumer loyalty and consumer satisfaction from a sharia business perspective, according to consumers' views, good service quality is in accordance with Islamic business regarding service based on a trustworthy and trustworthy personality, as well as knowing and having good skills in serving consumers. it also has a good impact on consumer loyalty and consumer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Angga Abung Pratama
NPM : 1951040234
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen J&T Di Bandar Lampung)”**.

Adalah benar-benar merupakan hasil karya peneliti sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada peneliti.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 02 Agustus 2023


Angga Abung Pratama
NPM.1951040234



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721) 780887 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen J&T di Bandar Lampung)**

Nama : **Angga Abung Pratama**

NPM : **1951040234**

Program Studi : **Manajemen Bisnis Syari'ah**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

AA. Zuliansyah, S.Si., M.M.
NIP. 198302222009121003

Pembimbing II

Weny Rosilawati, S.E., M.M.
NIP. 199109012019032036

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syari'ah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.
NIP. 197905142003121003



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp.
(0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen J&T Di Bandar Lampung)” disusun oleh Angga Abung Pratama NPM: 1951040234, Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Rabu, 27 September 2023.**

TIM PENGUJI

Ketua : **Fatih Fuadi, M.S.I** (.....)

Sekretaris : **Erlin Kurniati, M.M.** (.....)

Penguji I : **Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I** (.....)

Penguji II : **Weny Rosilawati, S.E., M.M.** (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A
NIP. 196010201988031005

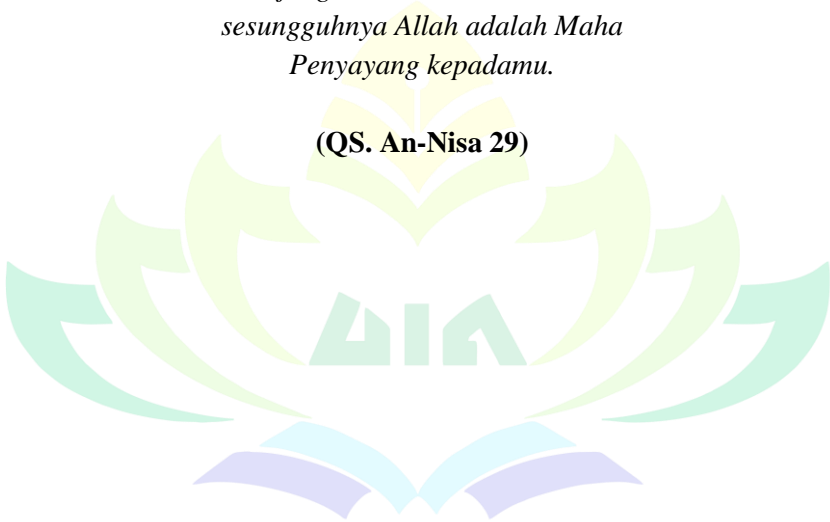


MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء/4: 29)

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

(QS. An-Nisa 29)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, atas segala nikmat-Nya, penulis mampu menyajikan hasil penelitian yang semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Dengan lafal Bismillah dan rasa syukur serta kerendahan hati, penulis mempersembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Kedua orang tua, yang menjadi alasan saya agar selalu bertahan dalam keadaan apapun. Ibunda ku yang bernama Indariati yang selalu senantiasa mendoakan, menyayangi, membimbing serta memotivasi saya dan juga ayahanda ku yang bernama Murniawan adalah seorang ayah hebat yang tak pernah memperlihatkan keluh kesah dalam mendidik, mengantarkan dan menuntun putranya hingga menyelesaikan pendidikan diperguruan tinggi ini.
2. Keluarga, sahabat dan teman-teman, terimakasih karna selama ini telah memberikan penulis dukungan, semangat, pelajaran, nasehat serta materi yang mungkin penulis belum bisa membalasnya. Semoga Allah selalu melindungi kalian amin.
3. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung semoga semakin sukses dan jaya.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Angga Abung Pratama dilahirkan pada 6 januari 2001 di Kota Bekasi. Buah hati dari ayahanda Murniawan dan Ibunda Indariati, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Pendidikan yang ditempuh yaitu:

1. Pendidikan sekolah dasar di SDN 05 Pondok Kopi, Kecamatan Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, lulus pada tahun 2013
2. Pendidikan dilanjutkan ke sekolah menengah pertama di SMPN 6 Jakarta Timur, Kota Jakarta Timur dan lulus pada tahun 2016
3. Kemudian dilanjutkan ke sekolah menengah atas di SMAN 89 Jakarta Timur, Kota Jakarta Timur dan lulus pada tahun 2019

Dengan mengucapkan alhamdulillah dan puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T serta dorongan dari ayahanda, ibunda dan keluarga, maka selanjutnya pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri di UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada prodi Jurusan manajemen bisnis syariah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam tetap senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Serta kepada keluarga, para sahabat dan pengikutnya. Seiring dengan kerendahan hati disadari bahwa peneliti dalam penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan namun berkat bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak akhirnya penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt, C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Habibi., S.E., M.E selaku Ketua Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, yang membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan studi S1 di jurusan Manajemen Bisnis Syariah dengan baik dan lancar.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama menuntut ilmu di Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Terima kasih atas ilmunya yang sangat bermanfaat.
4. Bapak A. Zuliansyah, S.SI.,M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Weny Rosilawati, M.M selaku pembimbing II yang telah begitu sabar membimbing, memberikan saran, arahan dan memotivasi kepada penulis.
5. Seluruh Pimpinan dan Karyawan perpustakaan serta seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terima kasih atas ketulusan dan kesediannya membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Rekan seperjuangan selama masa studi yang selalu membantu dan memberi semangat kepada penulis. Semoga bantuan yang

diberikan dengan penuh keikhlasan dapat menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT.

7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik moril maupun materil, yang tidak bisa disebutkan satu persatu

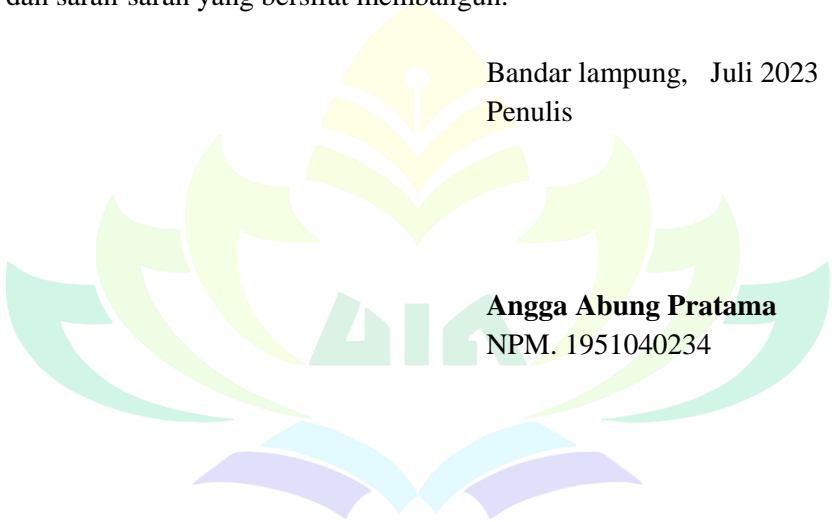
Semoga segala amal sholeh dan budi baiknya mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangannya, hal ini disebabkan masih terbatasnya ilmu dan teori yang peneliti kuasai. Oleh karena itu, kepada pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran yang bersifat membangun.

Bandar lampung, Juli 2023

Penulis

Angga Abung Pratama

NPM. 1951040234



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	
SURAT PERNYATAAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	
MOTTO	
PERSEMBAHAN	
RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat penelitian.....	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
H. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Teori yang Digunakan	19
1. Perilaku Konsumen	19
a) Pengertian Perilaku Konsumen.....	19
b) Indikator Perilaku Konsumen	19
c) Model Perilaku Konsumen	20
d) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
e) Teori Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	22
2. Loyalitas Konsumen.....	25
a. Pengertian Loyalitas Konsumen	25
b. Indikator Loyalitas Konsumen	28

c. Manfaat Loyalitas Konsumen	29
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	31
e. Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Islam	32
3. Kepuasan Konsumen.....	33
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	33
b. Indikator Kepuasan Konsumen.....	36
c. Manfaat Kepuasan Konsumen	37
d. Strategi Kepuasan Konsumen	37
e. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	39
f. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam	40
4. Kualitas Pelayanan	42
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	42
b. Indikator Kualitas Layanan Jasa.....	43
c. Karakteristik Jasa.....	44
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	45
e. Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam.....	46
B. Kerangka Pikir.....	49
C. Pengajuan Hipotesis	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	53
B. Waktu dan Tempat Penelitian	53
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel	54
3. Teknik Pengumpulan Data.....	54
D. Variabel dan Definisi Operasional	55
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	57
F. Uji Hipotesis.....	58
1. Uji Hipotesis	58
2. Uji Moderasi	58
3. Koefisien Determinasi (R ²).....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	59
1. Perusahaan J&T Express	59
a) Gambaran Umum Perusahaan.....	59
b) Visi dan Misi Perusahaan	60
2. Deskripsi Responden.....	62
a) Usia Responden.....	61
b) Jenis Kelamin Responden	61
B. Hasil Penelitian	62
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
a) Uji Validitas.....	62
b) Uji Reliabilitas.. Error! Bookmark not defined.	64
2. Analisis Data	65
a) Pengujian Hipotesis.....	65
b) Uji Koefisien Determinasi (R ²)	66
c) Rekapitulasi Data Hasil Uji Hipotesis.....	66
3. Pembahasan	66
a) Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen J&T di Bandar Lampung	Error! Bookmark not defined. 67
b) Kepuasan Konsumen Memoderasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen J&T di Bandar Lampung.....	68
c) Kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi islam.....	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	73
B. Rekomendasi	73

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir	6
Tabel 1.2	Jasa Ekspedisi yang Biasa Digunakan saat Belanja Online	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	56
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3	Uji Validitas.....	63
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.5	Uji Hipotesis	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4.7	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia	3
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	49



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis membahas lebih lanjut penulisan skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan beberapa kata yang terdapat pada judul skripsi ini sehingga menghindari kesalahan dalam pemahaman dikalangan pembaca. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen J&T di Bandar Lampung)”**. Adapun beberapa uraian pengertian dari beberapa istilah yang terdapat pada judul proposal ini terdiri dari :

Kualitas Pelayanan merupakan sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun”.¹

Loyalitas Konsumen adalah kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.²

Kepuasan Konsumen adalah penilaian evaluatif punabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik.³

Berdasarkan dari penjelesan beberapa variabel diatas dapat disimpulkan bahwa penulis ingin mengetahui **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen J&T di Bandar Lampung)** yang ada di daerah Bandar Lampung.

¹ kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, jilid 1, edisi milenium, (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 83

² Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa. (Malang: Bayumedia, 2007), h. 53

³ Tjiptono dan fandy, Manajemen jasa, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 32

B. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi yang begitu pesat serta mulai meratanya jaringan internet dan tingginya penggunaan *smartphone* di Indonesia, membuat internet berkembang sangat pesat dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat.⁴ Penggunaan *social media marketing* sebagai media komunikasi dalam pemasaran dipengaruhi oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, khususnya internet.⁵ Membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang berpotensi bagi pengembangan teknologi berbasis aplikasi *mobile*, salah satunya di bidang jual beli produk secara online.

Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh orang, organisasi maupun perusahaan adalah internet. Penggunaan layanan jasa berupa *e-commerce* yang dapat dinikmati oleh konsumen maupun perusahaan sendiri adalah segala layanan yang diinginkan oleh para konsumen dapat segera ditindaklanjuti secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen. Selama ini juga konsumen yang ingin membeli produk diharuskan untuk mendatangi tempat penjual produk dan hal tersebut sangat tidak efisien bagi para konsumen yang memiliki kesibukan yang sangat padat. Dengan adanya layanan *e-commerce* maka konsumen dapat mengakses serta melakukan pemesanan produk dari berbagai tempat dengan mudah.

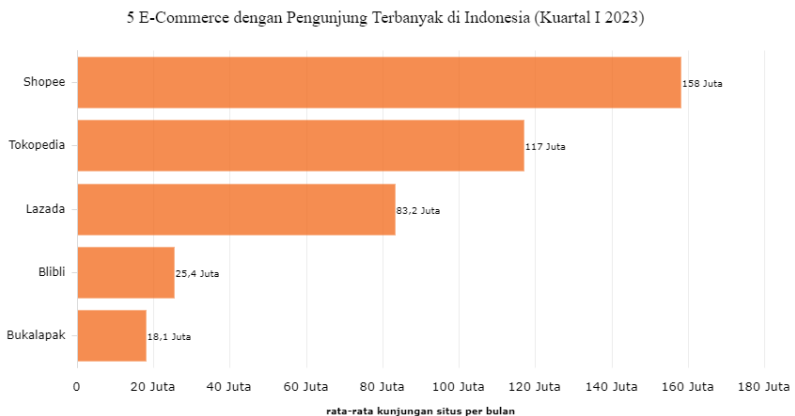
Bisnis *e-commerce* di Indonesia berkembang dengan cukup pesat. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami perkembangan *e-commerce* cukup tinggi yaitu mencapai 8,8% per tahun hingga tahun 2022. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung risiko, dalam

⁴ Purnamasari, F., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Promotion Analysis Through Media Social to Improvement of Small Business and Medium. Finance, Accounting and Business Analysis (FABA), 4(1), 43-51.

⁵ Purnamasari, F., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. Finance, Accounting and Business Analysis.

menjalankan kegiatan bisnis disebut entrepreneur.⁶ E-commerce sebenarnya adalah pihak ketiga yang akan menjembatani dua pembelian produk secara online. Sekarang belanja online telah menjadi cara bagi pengguna karena dukungan lebih praktis.

Gambar 1.1
5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia



Dkatadata.com

databoxs

Sumber Data: DataKata.co.id

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa mayoritas orang Indonesia menggunakan Shopee sebanyak 158 juta. Sebanyak 117 juta memilih Tokopedia saat berbelanja online. Kemudian, ada 83,2 juta yang memilih Lazada sebagai tempat saat berbelanja online. Orang yang memilih *e-commerce* Blibli saat berbelanja online sebesar 25,4 juta. Lalu, ada 18,1 juta yang menggunakan Bukalapak saat berbelanja secara online.

Semakin meningkatnya jumlah orang Indonesia yang memilih berbelanja secara online membuat perusahaan penyedia jasa logistik merasakan dampaknya, karena banyaknya permintaan pengiriman barang. Keberadaan jasa pengiriman barang tidak

⁶ Herwinda Lucky Kuswaraningtyas” Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Klaten)”

hanya memudahkan masyarakat umum namun juga pelaku bisnis. Perusahaan jasa merupakan sebuah aktivitas bisnis yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dengan cara menjual jasa yang bentuknya abstrak.⁷

Para pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis online atau e-commerce menggunakan jasa pengiriman barang kepada costumernya diseluruh Indonesia hingga diluar negeri. Jumlah peminat bisnis belanja online semakin hari semakin meningkat. Hal ini menjadikan jasa pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis.

Oleh karena itu, para pebisnis kemudian berlomba-lomba untuk mendirikan usaha yang bergerak dalam bidang pengiriman barang (logistik). Perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman saat ini dirasa sangat membantu karena mengingat padatnya rutinitas masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga perusahaan ini sangat membantu karena dapat melakukan pengiriman barang secara cepat dan juga dengan harga yang murah sehingga semua terasa lebih praktis dan cepat. Karena banyaknya permintaan konsumen inilah maka banyak timbul perusahaan penyedia jasa logistik dan pengiriman.

Melihat banyaknya jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan. Melakukan survei terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu, pelayanan yang professional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, serta asuransi atau jaminan pengiriman yang ditawarkan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.⁸

Persaingan yang terjadi di dunia bisnis saat ini menjadi semakin ketat, baik secara nasional atau global, berlomba-lomba

⁷ Kotler, Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Erlangga.) h.23

⁸ Septiyana Shofa Amalia “ Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (studi kasus pada pengguna Jasa Tiki di Semarang), Skripsi(Semarang, Universitas diponegoro Semarang, 2016), 1.

untuk dapat menarik pelanggan. Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia bisnis membuat perusahaan semakin berinovasi meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.⁹ Memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk menghadapi persaingan yang ada selain melakukan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran kepada pelanggan, perusahaan juga berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas.

Saat ini sudah banyak sekali jasa ekspedisi yang dikenal oleh masyarakat seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, J&T. Selain itu ada juga perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi yang telah berskala global (Internasional), seperti FedEx, DHL, dan lain-lain. Hal ini lah yang menyebabkan persaingan bisnis di bidang jasa kiriman dan paket dokumen menjadi semakin ketat. Perusahaan penyedia layanan pengiriman selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik guna untuk menarik konsumen.

Salah satu perusahaan ekspedisi yaitu PT. J&T Express. PT. J&T Express merupakan perusahaan multinasional di bidang pengiriman barang yang berpusat di Jakarta. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 dan dalam kurun waktu 5 tahun sudah berkembang dengan pesat, dibuktikan dengan penyebaran konter PT. J&T Express yang berada di seluruh Indonesia dimana satu konter untuk satu kecamatan lalu adanya sistem pelacak tepat waktu sehingga pengirim maupun penerima barang dapat mengecek sudah sampai mana paketnya melalui smartphone.¹⁰

Adanya persaingan dari perusahaan penyedia jasa pengiriman menyebabkan tingginya permintaan pengiriman paket di Indonesia. Perusahaan penyedia layanan pengiriman dituntut untuk memiliki strategi khusus. Perusahaan-perusahaan penyedia jasa pengiriman barang seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, FedEx,

⁹ Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), h 62

¹⁰ <https://www.jet.co.id/page/terms-&-condition> Diakses Pada Tanggal 15 Desember 2022 Pukul 20.30 WIB

DHL, J&T terus bersaing guna mendapatkan pelanggan. Hal ini dapat dilihat juga dari penilaian yang dilakukan oleh lembaga pemeringkat untuk mengetahui nilai suatu merek adalah dengan melihat indek merek terbaik atau Top Brand Index (TBI), yaitu suatu penghargaan yang akan didapatkan oleh merek-merek yang mendapatkan predikat tertinggi. Top Brand Index (TBI) diberikan atas hasil penilaian survei skala nasional di bawah manajemen Frontier Consulting Group. Top Award diberikan kepada merek-merek yang memenuhi dua kriteria. Kriteria Pertama yaitu, merek yang mencapai Indeks Top Brand minimum 10%. Kedua, merek yang menurut hasil survei berada di posisi tiga teratas dalam kategori produk mereka.

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir

Merek	TBI				
	2018	2019	2020	2021	2022
J&T	13.90%	20.3%	21.3%	33.4%	23.1%
JNE	45%	26.4%	27.3%	28%	39.3%
Tiki	13.6%	12.6%	10.8%	11.2%	11.1%
Pos Indonesia	11.6%	5.4%	7.7%	8.5%	8.5%
DHL	3.5%	3.8%	4.1%	6%	6.9%

Sumber Data: www.topbrand-award.com

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat Top brand indeks di Indonesia. Dapat dilihat dari Tabel di atas merupakan beberapa top brand layanan jasa kurir yang menguasai pasar di Indonesia. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jasa kurir J&T mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 12,1 % dari tahun sebelumnya. Meskipun begitu J&T pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 9,7 % dari tahun sebelumnya. Berdasarkan tabel tersebut bisa dikatakan bahwa Penyedia Jasa pengiriman J&T pada tahun 2022 mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mengalami

peningkatan namun tidak terlalu signifikan dikarenakan banyaknya pesaing besar.

PT. J&T merupakan perusahaan di bidang jasa pengiriman barang dan logistik di Indonesia dituntut untuk harus mampu menyediakan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, khususnya bagi pemilik online shop yang sering menggunakan jasa ekspedisi. Perusahaan pesaing yang dimaksud adalah JNE, TIKI, Pos Indonesia, FeDex, DHL. Penulis menemukan fenomena yang terjadi, hal itu bisa dilihat dari data jasa ekspedisi yang biasa digunakan saat berbelanja online di Indonesia tahun 2022 dilihat dari tabel dibawah.

Tabel 1.2
Jasa Ekspedisi yang Biasa Digunakan saat Belanja Online

Brand	Jumlah Pengguna (%)
J&T Express	42,2
SiCepat	26,6
JNE	23,1
Ninja Express	2,5
Pos Indonesia	0,5

Sumber Data: DataIndonesia.id

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas atau 42,2% orang menggunakan J&T express sebagai jasa ekspedisi untuk mengirim produk saat berbelanja online. Sebanyak 26.6% memilih SiCepat untuk mengirim produknya ke alamat tujuan saat berbelanja online. Kemudian, ada 23,1% yang memilih JNE sebagai jasa ekspedisi saat berbelanja online. Orang yang memilih jasa ekspedisi Ninja Express saat berbelanja online sebesar 2,5%. Lalu, ada 0,5% yang menggunakan pos indonesia untuk mengirim barangnya ketika berbelanja online.

Proses membangun loyalitas pada konsumen salah satunya adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik, dengan kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan konsumen kenyamanan

dan memberi rekomendasi kepada orang-orang terdekatnya. Loyalitas Konsumen pada perusahaan J&T Express Bandar Lampung masih rendah, ini dibuktikan dengan pencapaian Drop point J&T Express yang masih rendah yang dapat dilihat dari data pencapaian Drop point J&T Express.

Meskipun telah memiliki merek yang cukup dikenal, seiring semakin ketatnya persaingan bisnis J&T perlu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan maupun calon pelanggannya. Hal ini perlu dilakukan agar J&T dapat bersaing dengan ekspedisi lainnya demi mendapatkan kepuasan serta menjaga loyalitas pelanggannya. Kualitas pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor terpenting, dimana pelanggan semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa pengiriman barang mana yang akan digunakan. Didalam mengukur kualitas jasa, ada lima determinan kualitas pelayanan seperti dalam hal kebersihan dan sarana (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), kecepatan dan pemberian informasi yang lengkap dan akurat (*responsiveness*), memberikan perhatian yang tulus (*empathy*), dan memberikan kenyamanan dan keamanan (*assurance*), dengan dipenuhinya hal ini maka kesenjangan antara perusahaan dengan pelanggannya tidak terjadi.¹¹

Hal ini perlu dilakukan agar J&T dapat bersaing dengan ekspedisi lainnya demi mendapatkan kepuasan serta menjaga loyalitas pelanggannya. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan akan menggunakan jasa suatu perusahaan jika perusahaan dapat melayani pelanggannya dengan baik.¹² Pemanfaatan loyalitas konsumen ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pengguna tetap menggunakan jasa kurir secara terus-menerus dan berulang-ulang. Hal ini dijelaskan oleh Ali Hasan yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang menggunakan dan membeli, khususnya yang menggunakan dan membeli secara teratur dan berulang-ulang.

¹¹ Fandy, Tjiptono, Strategi Pemasaran, Edisi 3 (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 58

¹² Fandy, Tjiptono, Strategi pemasaran Edisi kedua (Yogyakarta: Andi, 2007), h.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan kinerja J&T Express. Selain itu pengguna yang loyal dapat mendorong perkembangan dengan memberikan ide atau saran agar meningkatkan kualitas produknya.¹³ Menurut Kotler dan Armstrong dalam Kuswaningtyas kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.¹⁴

Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Jika rasa yang diterima oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik.¹⁵ Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima buruk atau tidak sesuai harapan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau kurang ideal, sehingga kebutuhan dan keinginan dari konsumen belum terpenuhi baik.

Dalam menjalankan usahanya J&T Express mengalami berbagai hambatan dan masalah. J&T Express mendapatkan berbagai komplain dan keluhan dari para pengguna jasanya seperti barang kiriman yang rusak sampai tujuan, barang kiriman yang hilang dan tercecer dan keterlambatan barang sampai ke tujuan pemilik barang. Dilansir dari akun twitter PT. J&T Express yang bernama @jntexpressid sekiranya terdapat 5 keluhan terkait pelayanan tiap harinya. Keluhan tersebut menanyakan paket yang tak kunjung sampai ataupun menanyakan tentang paket yang

¹³ Lovelock dan Christopher, Pemasaran Jasa Manusia, (Jakarta: Erlangga 2012), h. 135

¹⁴ Herwinda Lucky Kuswaningtyas” Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Klaten)” Skripsi(Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma,2017), 3.

¹⁵ Dwi Endriani “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam(studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung””, Skripsi(Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), 10.

statusnya sudah diterima namun tidak sampai ke penerima barang sesungguhnya. Lalu dari pihak PT. J&T dalam menanggapi keluhan - keluhan tersebut kurang baik atau kurang cepat.¹⁶

Seperti dilansir dari Kompas.com terdapat sebuah video viral dimana beberapa pria melempar paket-paket secara estafet dari sebuah mobil dan di mobil tersebut terdapat plang jasa pengangkutan J&T. Video ini viral pada bulan Januari 2020 yang diunggah oleh sebuah akun twitter dan sudah dibagikan lebih dari 400 ribu retweet. Padahal jika sesuai prosedur paket dari mobil tidak boleh dilempar karena dikhawatirkan paket akan rusak. Karena pengirim pada dasarnya berkewajiban untuk melindungi paket agar sampai ke penerima dengan asuransi barang dan apabila rusak wajib membayar premi yang telah disepakati bersama.¹⁷

Didalam suatu pemasaran loyalitas konsumen tidak hanya dilihat dari faktor kualitas layanan nya saja namun harus dilihat dari konsep Islamnya. Dalam Islam, proses menentukan pilihan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep menentukan pilihan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil, hal ini di sandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Selain itu, di dalam Al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

¹⁶ Observasi Penulis di Twitter Resmi PT. J&T Express Indonesia Pada Tanggal 15 Desember 2022

¹⁷ Dandy Bayu Bramasta, Viral Video Petugas Lempar Paket Kiriman Pelanggan Ini Klarifikasi J&T, <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tren/read/2020/01/04/200300865/viral-video-petugas-lempar-paket-kiriman-pelanggan-iniklarifikasi-jt>, Diakses Pada Tanggal 15 Desember 2022 Pada Pukul 21.00 WIB

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيبُوهَا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ (الحجرات/49: 6)

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”¹⁸

Ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam menentukan pilihan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, islam menganjurkan untuk menjaga hubungan dengan berbagai golongan (bukan dalam bentuk aqidah) dengan memberikan kualitas jasa yang baik. Perusahaan harus memberikan tanggung jawab sosial terhadap seluruh pelanggannya, hal ini untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggannya.¹⁹ Penyedia jasa hendaklah memberikan kualitas jasa yang baik dengan menjaga hubungan baik kepada pelanggannya agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik untuk membentuk loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian sebelumnya, Nurul, dkk dan Ilmia, dkk dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian lainnya, Boy juga mengungkapkan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

¹⁸ Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, h.414

¹⁹ Rosilawati, W., Noviarita, H., Ningsih, N. W., & Prayoga, C. (2021). The Application Of Green Accounting On Stock Activityin Islamic Prespective. Ad-Deenar: JurnalEkonomi dan Bisnis Islam, 5(01), 115-128.h.119

Penemuan ini diperkuat dengan hasil penelitian Febri, dkk dan Yulia, dkk yang mendapatkan hasil sama.

Beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik menyebabkan tingkat kepuasan serta keinginan pelanggan untuk berperilaku loyal meningkat. Sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk mengakibatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan semakin rendah. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut karena dari beberapa penelitian terdahulu terdapat hasil yang berbeda beda dan tidak bisa dijadikan patokan, peneliti memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada Konsumen J&T di Bandar Lampung).**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan yang diajukan berdasarkan uraian diatas, peneliti membatasi permasalahan dengan hanya menggunakan 3 faktor yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dan peran Kepuasan Konsumen sebagai variable moderator.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat ditarik adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen J&T di Bandar Lampung?
2. Apakah Kepuasan Konsumen memoderasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Konsumen J&T di Bandar Lampung?
3. Bagaimana Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel moderasi ditinjau dari perspektif ekonomi islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, berikut tujuan penelitian yang dapat ditarik adalah :

1. Untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen J&T di Bandar Lampung.
2. Untuk menguji pengaruh Kepuasan Konsumen pada hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen J&T di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variable moderasi ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik itu secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Secara Teoretis
Penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai pemoderasi diharapkan dapat berguna bagi penelitian-penelitian dengan tema yang sama atau relevan sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan manajemen bisnis syariah.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Penulis
Sebagai sarana untuk meningkatkan dan melatih kemampuan menulis karya ilmiah serta dapat berguna untuk mengembangkan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran. Membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
 - b. Bagi Akademik atau Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
Penelitian ini dapat menambah kepustakaan dan dapat dijadikan untuk referensi penelitian selanjutnya serta penelitian ini merupakan informasi, teori dan pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi dasar saat melakukan penelitian. Penelitian terdahulu memiliki fungsi untuk memperluas dan memperdalam teori yang akan dipakai dalam kajian penelitian penulis. Penulis juga mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi.

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini

1. Nurul Gita Safitri, Randika Fandiyanto, dan Dwi Perwitasari Wiryaningtyas (2022) : “Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Ud. Yuli Makmur Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Situbondo”.

Persamaan : Pada variabel Y yaitu Loyalitas Konsumen

Perbedaan : Dari penelitian yang akan dilakukan objek penelitian yaitu jasa pengiriman.

Hasil : Berdasarkan hasil diketahui bahwa hasil mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,004) dengan nilai P Value yaitu sebesar 0,965 ($>0,05$), maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

2. Ilmia Fortuna, Joko Widodo, dan Sri Wahyuni (2020) : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang (Studi Kasus Pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang)”.

Persamaan : Pada variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel Y yaitu Loyalitas Pelanggan.

Perbedaan : Dari penelitian yang akan dilakukan lokasi objek penelitian yaitu j&t express cabang ahmad yani bandar lampung.

Hasil : Berdasarkan hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang diperoleh nilai t hitung sebesar 2,321 dan t tabel sebesar 2,00172 ($2,321 > 2,00172$) dengan tingkat signifikansi 0,024 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,310; Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang sebesar 0,521; hal ini berarti bahwa loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Lumajang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 52,1%.

3. Boy Spto Suryo Subiantoro (2020) : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek Di Kota Banjarmasin)”.

Persamaan : Pada variabel X_1 yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel Y yaitu Loyalitas Pelanggan.

Perbedaan : Dari penelitian yang akan dilakukan objek penelitian yaitu jasa pengiriman.

Hasil : Berdasarkan hasil diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen mampu mempengaruhi baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas konsumen yang dibuktikan dengan hasil uji t dan uji f yang berada di bawah level of significant 5%.

4. Febri Kumalaningrum, Erni Widajanti, dan Sutarno (2016) : “Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Cs Kopi Tubruk Surakarta) ”.

Persamaan : Pada variabel X_1 yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel Y yaitu Loyalitas Pelanggan.

Perbedaan : Dari penelitian yang akan dilakukan objek penelitian yaitu jasa pengiriman.

Hasil : Berdasarkan hasil diketahui bahwa Nilai F hitung sebesar 23,138 dengan p value $0,023 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Cs Kopi Tubruk Surakarta.

5. Yulia Larasati dan Hardi Utomo (2017) : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”.

Persamaan : Pada variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel Y yaitu Loyalitas Pelanggan.

Perbedaan : Dari penelitian yang akan dilakukan objek penelitian yaitu jasa pengiriman.

Hasil : Berdasarkan hasil diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 7,260 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,601. Dengan koefisien determinasi sebesar 0,355 artinya variabel kualitas pelayanan hanya dapat menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 35,5% sisanya 64,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian dan analisis data tersebut, terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penulisan skripsi penelitian ini disusun dalam bentuk, sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal pada skripsi berisi *cover* skripsi, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan operasional, halaman persetujuan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Substansi (Inti)

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan, kajian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab ini berisi teori – teori mengenai kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasyarat analisis, dan uji hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian dan analisis secara kuantitatif.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis serta rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar rujukan dan lampiran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang peneliti jelaskan pada bab-bab sebelumnya maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan J&T di Bandar Lampung. Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh kurir maupun perusahaan J&T membuat konsumen merasa puas dan akan meningkatkan loyalitas konsumen J&T terhadap J&T itu sendiri. Hal ini berdampak baik kepada kurir J&T maupun bagi perusahaan karena loyalitas yang telah terbangun membuat konsumen akan menggunakan J&T sebagai pilihan utama dalam menunjang kegiatan sehari-harinya.
2. Kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen J&T di Bandar Lampung. Kualitas pelayanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* mempunyai pengaruh signifikan yang lebih besar terhadap loyalitas konsumen ketika dimoderasi kepuasan konsumen.
3. Secara keseluruhan kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen dalam perspektif bisnis syariah, kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan bisnis Islam tentang pelayanan yang berlandaskan kepribadian yang amanah dan dapat di percaya, serta mengetahui dan memiliki keterampilan yang baik dalam melayani konsumen, hal ini juga berdampak baik pada loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan kepada pihak-pihak yang terkait antara lain sebagai berikut :

1. Secara Praktis

Bagi para kurir j&t dan perusahaan J&T, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam mempertahankan kualitas pelayanan terutama dari segi Responsiveness (ketanggapan) dan Assurance (jaminan) karena kedua hal tersebut sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan bila terus ditingkatkan faktor pelayanan tersebut dipastikan tingkat loyalitas konsumen dapat meningkat sangat baik.

2. Secara Akademis

Bagi Akademisi, Dengan adanya hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti lain dibidang manajemen bisnis syariah khususnya yang berkaitan dengan, manajemen pemasaran.

3. Secara Teoritis

a) Bagi Peneliti Digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan berupa teori-teori dibidang manajemen yang didapatkan di bangku kuliah khususnya berkaitan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dan penerapannya.

b) Bagi peneliti selanjutnya :

1. Diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih dalam dan luas mengenai permasalahan-permasalahan terkait kualitas pelayanan dengan sampel yang lebih besar dan metode yang berbeda dan menambah variabel-variabel lain seperti ketepatan waktu pengiriman, dan lain sebagainya dan merubah variabel mediasinya dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain untuk mengembangkan penelitian dan melakukan perbaikan lagi untuk peneliti sebelumnya.

DAFTAR RUJUKAN

Buku:

- Agustina Marzuki, 2020. "*Crystha Armereo, and Pipit Fitri Rahayu, Praktikum Statistik*", (Ahli Media Press)
- Alexandria dan Curry, Adrienne. 2001. "*Service improvements in public services using Servqual*", Managin Service Quality
- Anggraini, F., & Budiarti, A. 2020. "*Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek*". Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 8(3), 86-94.
- Anwar Sanusi, 2011. "*Metodologi Penelitian Bisnis*", (Jakarta:Salemba Empat)
- Anwar Sanusi, 2016. "*Metodologi Penelitian Bisnis*", (Jakarta: Salemba Empat)
- Arikunto, Suharsimi, 2006. "*Prosedur penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*", (Jakarta: Rineka Cipta)
- Asmadi Alsa, 2007. "*Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi Satu Uraian Singkat dan Contoh Berbagai Tipe Penelitian*",(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. II)
- Aziz Alimul Hidayat, 2021. "*Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*", (Health Books Publishing)
- Azwar, S. 2008. "*Validitas dan Realibilitas Edisi IV*". (Yogyakarta : Pustaka Pelajar)
- Azwar, S. 2017. "*Metode Penelitian Psikologi*". (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Ce Gunawan, 2020. "*Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*"
- Cooper, D. R, dkk, 2014, "*Business research mettods*". (New York: McGraw-Hill Education).

- Departemen Pendidikan Nasional, 2008. "*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*" (Jakarta:PT. Grammedia Pustaka Utama)
- Depertemen Agama RI, 2005. "*Al-Qur'an dan Terjemahannya*", (Jakarta: PT. Syamil Cipta Media).
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, 2003. "*Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*" (Jakarta: Gema Insani Inpress)
- Dwi Priyanto, 2008. "*Mandiri belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*", (Yogyakarta: Mediakom)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005. "*Service, Quality dan satisfication*", (Yogyakarta: Andi)
- Fandy Tjiptono, 2004. "*Manajemen Jasa, 1st ed*", (Yogyakarta: Andi Offset).
- Fandy Tjiptono, 2007. "*Strategi pemasaran Edisi kedua*" (Yogyakarta: Andi)
- Fandy Tjiptono, 2008. "*Strategi Pemasaran, Edisi 3*" (Yogyakarta: ANDI)
- Griffin, 2005. "*Manajemen jilid 1*".(Jakarta: Erlangga)
- Hair, Jr et al. 2010. "Multivariate Data Analysis (7th ed). United States : Person."
- Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, 2006. "*Syariah Marketing*", (Bandung: Mizan)
- Husein Umar, 2000. "*Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*", (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama)
- Imam, Ghozali, 2013, Op., Cit
- J.Suprpto, 1978. "*Metode Research dan teorinya dalam pasaran*", (Jakarta: F.Ekonomi UI)
- Kotler, 2005. "*Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: PT. Prenhallindo)
- Kotler, 2002. "*Manajemen Pemasaran, jilid 1, edisi milienium*", (Jakarta: Prehallindo)

- Kotler, Philip.1997. *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol”*. (Jakarta : Penerbit PT Prenhalindo)
- Lovelock dan Christopher, 2012. *“Pemasaran Jasa Manusia”*, (Jakarta: Erlangga 2012)
- Lovelock dan Wright, 2007. *“Manajemen Pemasaran Jasa”*, (Jakarta: PT.Indeks)
- Lukman Hakim and Novietha I. Sallama, 2012. *“Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam”*, (Surakarta: Erlangga).
- Lupiyodi dan Ramdat, 2001, *“Manajemen Pemasaran Jasa”*, (Jakarta: PT. Salemba Empat)
- Mahi M. Hikmat, 2011. *“Metode Penelitian”* (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Mustaq Ahmad, 2001. *“Etika Bisnis Dalam Islam”*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)
- Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdana, 2009, *“Manajemen Pemasaran Jasa”*, (Jakarta: Salemba Empat)
- Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdana, 2006, Op, Cit.
- Shiffman dan Kanuk, 2008. *“Perilaku Konsumen”*, Edisi 7, (Jakarta: Indeks),
- Sugiyono, 2011, *“Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D”* (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, 2013. *“Metodelogi Penelitian Bisnis”* (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, 2014. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*.(Bandung:Alfabeta)
- Tjiptono dan Fandy, 2000. *“Manajemen Jasa”*, (Yogyakarta: Andi Offset).
- Tjiptono dan Fandy, 2007. *“Pemasaran Jasa”*, (Malang: Bayumedia).
- Tjiptono dan Fandy, 2007. *“Manajemen Jasa”*. (Malang: Bayumedia).
- Tjiptono dan Fandy, 2001. *“Manajemen Jasa”*. (Yogyakarta: Andi Offset).

Tony Wijaya, 2011. *“Manajemen Kualitas Jasa”*, (Jakarta: Indeks).

Vanessa Gaffar. 2007. *“Manajemen Bisnis”*, (Bandung: Alfabeta).

Jurnal:

Departemen Agama RI, *“Al-Qur'an dan Terjemahannya”*, Op, Cit.

Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Op,. Cit.

Dwi Endriani, 2018. *“Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam(studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung”*, Skripsi(Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)

Herwinda Lucky Kuswaraningtyas, 2017. *“Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Klaten)”* Skripsi(Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma)

Ika Devi Widyaningrum, D., & Effendi, S. 2021. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat.”*

Imam Ghozali, 2013. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS”*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro)

Laetitia, S. I., dkk, 2021. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place”*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)

Lestari, D., Asriani, dkk, 2022. *“Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam”*. REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam.

Pradina, 2012, *“Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Demak”*. (Sistem Informasi Jurnal Ilmiah)

Purnamasari, dkk, 2022. “*Promotion Analysis Through Media Social to Improvement of Small Business and Medium*”. Finance, Accounting and Business Analysis (FABA)

Rosilawati, W, dkk, 2021. “*The Application Of Green Accounting On Stock Activityin Islamic Prespective*”. (Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam).

Saputri, R. S. D. 2019. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang*”. CoverAge: Journal of Strategic Communication,

Septiyana Shofa Amalia, 2016, “ *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Jasa*” (*Studi kasus pada pengguna Jasa Tiki di Semarang*), Skripsi (Semarang, Universitas diponegoro Semarang)

Website:

Dandy Bayu Bramasta, Viral Video Petugas Lempar Paket Kiriman Pelanggan Ini KlarifikasiJ&T

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tren/read/2020/01/04/200300865/viral-video-petugas-lempar-paket-kiriman-pelanggan-iniklarifikasi-jt>

J&T Express

<https://www.jet.co.id>