

## Membangun Loyalitas Konsumen Melalui *Service Quality Transportation* Pada Family Raya Ceria

Laila Farhat<sup>1</sup>, A. Wahab Daeng<sup>2</sup>, Marnas<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi

\*Email: lailafarhat241@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini berjudul "Membangun Loyalitas Konsumen Melalui *Service Quality Transportation* Pada Family Raya Ceria" Tujuan penelitian yang pertama untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa transportasi pada Family Raya Ceria, kedua untuk mengetahui loyalitas konsumen pada Family Raya Ceria dan yang ke tiga untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan jasa transportasi di Family Raya Ceria dengan loyalitas konsumen. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel yang diambil berjumlah 57 responden dengan menggunakan *random sampling*. Alat analisis menggunakan SPSS *for windows* yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji heterokdasitas, regresi linear sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan telah memenuhi kriteria pengujian yang digunakan. Adapun hasil regresi sederhana sebagai berikut :  $Y = 92926,398 + 0,267X$ . Dari persamaan diatas Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen (Y) Family Raya Ceria. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,489. Artinya 48,9% ini berarti variabel independen modal kerja mempengaruhi variabel dependen pendapatan sebesar 48,9 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Kualitas, Pelayanan, Loyalitas Konsumen*

### Abstract

*This study is entitled "Building Consumer Loyalty Through Service Quality Transportation at Family Raya Ceria" The first research objective is to determine the quality of transportation services at Family Raya Ceria, second to determine consumer loyalty at Family Raya Ceria and the third to determine whether there is an influence of the quality of transportation services at Family Raya Ceria with consumer loyalty. The method used in this study is a quantitative method with data collection techniques through questionnaires. The sample taken was 57 respondents using random sampling. The analysis tool used SPSS for windows which includes normality test, linearity test, heteroscedasticity test, simple linear regression, hypothesis test, and coefficient of determination test ( $R^2$ ). Based on the results of the study, it was concluded that the service quality variable has an effect on consumer loyalty and has met the test criteria used. The results of the simple regression are as follows:  $Y = 92926.398 + 0.267X$*

*0.267. From the equation above, Service Quality (X) has a positive effect on Consumer Loyalty (Y) Family Raya Ceria. The coefficient of determination (R square) is 0.489. This means that 48.9% means that the independent working capital variable affects the dependent variable of income by 48.9% and the rest is influenced by other variables not included in this study.*

**Keywords:** *Quality, Service, Consumer Loyalty.*

## **Pendahuluan**

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan makin menyadari pentingnya aspek loyalitas konsumen untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang konsumen yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya konsumen yang loyal dapat mengurangi usaha mencari konsumen baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2002).

Service Quality (Kualitas Pelayanan) adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Family Raya Ceria merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Jasa transportasi mempunyai potensi yang sangat baik namun pada kenyataannya munculnya banyak pesaing dari perusahaan-perusahaan jasa

lainnya yang berpengaruh kepada Family Raya Ceria. Dalam jasa transportasi dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas layanan melalui jangkauan, ketanggapan dalam pelayanan, kemudahan dalam memperoleh informasi jasa, serta dalam hal tingkat kesopanan pengendara bus untuk membuat nyaman saat berkendara dengan menggunakan jasa ini akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Adapun fasilitas yang disediakan oleh Family Raya Ceria pada bus, sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Data fasilitas yang dimiliki oleh Family Raya Ceria**

Fasilitas	
1. Free Wifi	6. Speaker Microphone
2. AC	7. TV
3. Full Music	8. DVD
4. Sound system	9. Kantor (sewa)
5. Unit Mobil	10. Komputer

Sumber: Family Raya Ceria 2024.

**Tabel 2**  
**Data jumlah pelanggan tahun 2021-2024**  
**Family Raya Ceria**

TAHUN	PELANGGAN	PRESENTASE
2021	1.650	65%
2022	1.800	80%
2023	1.800	80%
2024	900	50%

Sumber: Family Raya Ceria , 2024

Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pengguna tetap menggunakan jasa Family Raya Ceria secara terus-menerus dan berulang-ulang. Hal ini dijelaskan oleh Ali Hasan (2020) yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang menggunakan dan membeli, khususnya yang menggunakan dan membeli secara teratur dan berulang-ulang. Family Raya Ceria memiliki peluang yang besar untuk membentuk calon konsumen yang puas akan pelayanan dan membentuk pengguna menjadi pelanggan yang loyalitas.

### **Metode Penelitian**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah informasi yang terkait dengan kualitas layanan jasa berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada Family Raya Ceria . Dalam rangka memperoleh data-data tersebut, hal pertama yang dilakukan adalah menentukan populasi penelitian agar penelitian ini mendapatkan kejelasan mengenai subjek penelitian.

#### **a. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan konsumen Family Raya Ceria yang mana jumlah seluruh karyawannya dan beberapa konsumen di Jambi berjumlah 7 karyawan dengan jumlah konsumen yang di ambil sebanyak 50 jadi semua sampel penelitian ini berjumlah 57 orang.

#### **b. Sampel**

Dalam penelitian ini diambil seluruhnya dari jumlah populasi karena dari segi jumlah kurang dari 100 responden Jumlah responden ada 57 responden

#### **c. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, dihasilkan, dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Pendekatan deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan fakta yang terjadi pada variabel yang diteliti.

#### **d. Data dan Sumber Data**

Sumber data penelitian ada dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Adapun mengenai penjelasan kedua data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Data Primer: adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner peneliti yang diberikan kepada karyawan Family Raya Ceria .
- b. Data Sekunder: yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang mendukung penulisan penelitian, serta diperoleh dari jurnal, internet dan berbagai literature yang relevan dengan penelitian ini.

#### **e. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Kuesioner (Angket).

Metode angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013: 199).

- b. Studi Pustaka.

Mempelajari literatur-literatur yang terdahulu mengenai penelitian ini dan menjadikannya sebagai sumber rujukan atau pustaka.

- c. Wawancara ( interview )

Wawan cara yaitu temu muka yang dilakukan antara peneliti dan subjek penelitian, dalam rangka memahami pandangan subjek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, atau situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam

bahasanya sendiri. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, karena wawancara mendalam bersifat terbuka, luwes, tidak terstruktur, dan tidak baku. Intinya ialah pertemuan berulang kali secara langsung antara peneliti dan subjek penelitian.

#### **f. Teknik Analisis Data**

##### **a. Uji asumsi dasar**

###### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data. Variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sekali. Untuk mengetahui populasi berdistribusi normal atau tidak, dalam skripsi ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan bantuan komputer program SPSS for windows. Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut :

1. Signifikan uji ( $\alpha$ ) = 0,05
2. Jika  $\text{sig} > \alpha$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
3. Jika  $\text{sig} < \alpha$  maka sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

###### 2) Uji linearitas

Menurut Sugiyono (2017) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan dengan tes of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikan pada linearity  $> 0,05$ , maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan terikat terdapat hubungan yang linear.

##### **b. Pengujian hipotesis**

Tehnik analisis data pada penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear sederhana. Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya. Faktor Penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan Predictor sedangkan Variabel

Akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan Response. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR ( Simple Linear Regression) juga merupakan salah satu Metode Statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas.

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat ( Dependent)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab ( Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi (kemiringan) ; besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor

### Hasil dan Pembahasan

Penyajian dan data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian pada pengaruh kualitas pelayanan jasa transportasi terhadap loyalitas konsumen pada Family Raya Ceria Jambi sebagai berikut :

#### 1. Deskriptif responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 3**

**Presentase konsumen berdasarkan Jenis Kelamin**

NO.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-Laki	33	57,90 %
2	Perempuan	24	42,10 %
Jumlah		57	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel diatas diketahui bahwa jenis kelamin responden didominasi oleh laki-laki yaitu 33 orang atau 57,90 % , sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 24 orang atau 42,10 %.

## **2. Deskripsi responden berdasarkan umur**

Pengelompokan responden berdasarkan umur dibagi menjadi lima kategori, yaitu dari umur 17 s/d 20 tahun, 21 s/d 30 tahun, 31 s/d 40 tahun, 41 s/d 50 tahun dan di atas 50 tahun. Pengelompokan responden Family Raya Ceria berdasarkan umur adalah sebagai berikut:

**Tabel 4**

**Presentase karyawan dan konsumen Family Raya Ceria Janbi**

No.	Tingkat Umur	Jumlah	Presentase (%)
1	17 sampai 20	2	3,50 %
2	21 sampai 30	14	24,50 %
3	31 sampai 40	16	16,28 %
4	41 sampai 50	15	26,20 %
5	di atas 51	10	17,30 %
Jumlah		57	100 %

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel diatas diketahui bahwa responden yang memiliki umur 31-40 berjumlah paling banyak yaitu 16 responden ,untuk responden umur 41- 50 berjumlah 15 responden, responden yang memiliki umur 21 - 30 berjumlah 14 responden, responden yang memiliki umur diatas 51 berjumlah 10 responden dan responden yang memiliki umur 17 - 20 hanya berjumlah 2 responden.

## **3. Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan**

Pengelompokan respoden pada karyawan dan konsumen Family Raya Ceria berdasarkan tingkat pendidikan yang dimaksud adalah tingkat pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh responden. Pembagian sesuai dengan urutan tingkat pendidikan, dimulai dari sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA) dan perguruan tinggi. Pengelompokan respoden pada karyawan dan konsumen Family Raya Ceria sebagai berikut:

**Tabel 5**

**Presentase responden berdasarkan tingkat pendidikan**

No.	Tingkat pendidikan	Jumlah	Presentase
1	Sekolah Dasar	14	24,57 %
2	Sekolah Menengah Pertama	18	31,58 %
3	Sekolah Menengah Atas	23	40,35 %
4	Perguruan tinggi	2	3,50 %
Jumlah		57	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024.

Sebagian besar karyawan dan konsumen dari Family Raya Ceria adalah sekolah menengah atas (SMA) yaitu 23 orang atau 40,35 %, sekolah menengah pertama (SMP) yaitu 18 orang, sekolah dasar (SD) yaitu 14 orang dan perguruan tinggi sebanyak 2 orang atau 3,50 %.

**1. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov. Berikut ini disajikan data hasil dari pengujian normalitas sebagai berikut :

Tabel 6 Smirnov Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov Test

	Unstandardized Residual
N	57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	,0000000
Std. Deviation	92552,56451372
Most Extreme Differences Absolute	,194
Positive	,194
Negative	-,125
Test Statistic	,194
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	,200

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel diatas, dimana data dapat dikatakan berdistribusi normal jika *Asymp. Sig (2-tailed)*  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal. Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal. Maka nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* semua variabel tidak ada yang menunjukkan nilai kurang dari 0,06 yang berarti semua data berdistribusi normal.

### 1. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel predictor atau independent (X) dengan variabel kriterium atau dependent (Y). Uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu : Membandingkan Nilai signifikansi (Sig) dengan 0,05

- Jika nilai *Deviation from linearity Sig*  $> 0,05$ , maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengna variabel dependent,

- Jika nilai *Deviation from linearity* Sig < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independet dengan variabel dependent.

Membandingkan Nilai F hitung dengan F tabel :

- Jika nilai F hitung < F tabel, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- Jika nilai F hitung > F tabel, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

Hasil pengujian linearitas yaitu sebagai berikut.

**Tabel 7 Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Y* X (Combined)	643969259545,924	17	37880544679,172	5,014	,000	
Between Groups	Linearity	458889487434,623	1	458889487434,623	60,746	,000
	Deviation from Linearity	185079772111,300	16	11567485756,956	1,531	,138
Within Groups	294614950980,392	39	7554229512,318			
Total	938584210526,316	56				

Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig) : dari output di atas diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig adalah 0,138 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas layanan transportasi (X) dengan variabel loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan Nilai F : dari output diatas, diperoleh nilai F hitung adalah 1,531 < F tabel 1,910. Karena F hitung lebih kecil dari nilai F tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara kualitas layanan transportasi (X) dengan variabel loyalitas konsumen (Y).

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana karena peneliti ingin mengetahui beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut uji regresi linear sederhana:

**Tabel 8 Uji Regresi Linear Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>**

Sumber SPSS: Data diolah primer 2024

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	92926,398	15911,923		5,840	,000
Kualitas pelayanan	,267	,037	,699	7,254	,000

a. Dependent Variable: Pelayanan

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sederhana berikut :  $Y = 92926,398 + 0,267X$ . Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 92926,398 artinya (X) dalam keadaan konstan atau 0, maka (Y) nilainya sebesar 92926,389
- 2) (X) memiliki pengaruh positif terhadap (Y) dengan nilai sebesar 0,267.

### b. Pengujian Hipotesis

Uji parsial adalah uji t yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel X secara individual (parsial) berpengaruh signifikan Y. Hasil dari pengujian dapat dilihat sebagai berikut :

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 9 Uji Hipotesis  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	92926,398	15911,923		5,840	,000
Kualitas pelayanan	,267	,037	,699	7,254	,000

c. Dependent Variable: Pelayanan jasa transportasi

Untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel kualitas pelayanan jasa transportasi terhadap loyalitas konsumen di Family Raya Ceria dilihat pada tabel berikut :

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 <sup>a</sup>	,489	,480	93,390.161

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

b. Dependent Variable: loyalitas konsumen

Sumber : Data diolah primer 2024

Pada tabel di atas diperoleh nilai  $R^2 = 0,489 = 48,09\%$  ini berarti variabel independen kualitas layanan transportasi mempengaruhi variabel dependen loyalitas konsumen sebesar 48,9 % dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh kualitas Layanan Transportasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Family Raya Ceria.**

Kualitas layanan merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan meliputi indikator: layanan fisik (tangibles), kehandalan pelayanan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty). Berdasarkan tabel setelah diuji menggunakan t tabel ternyata  $t$  hitung (5,840) > dari  $t$  tabel (2,004) dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan transportasi tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dapat dijelaskan bahwa koefisien dari hasil uji statistik secara parsial tersebut  $H_a$  di terima dan  $H_o$  ditolak artinya kualitas layanan yang dimiliki konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Family Raya Ceria .

Hal ini diperkuat hasil wawancara kepada salah satu konsumen Family Raya Ceria yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal serupa juga dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan Pengaruh pelayanan terhadap kepercayaan dan loyalitas (studi kasus pada pengguna jasa pengiriman paket PT. Pos Indonesia (persero) 2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dan para karyawan PT. Pos Indonesia , yang menyatakan bahwa faktor yang paling besar berpengaruh pada loyalitas konsumen adalah kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan transportasi adalah faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen karena semakin bagus loyalitas konsumen yang dimiliki Family Raya Ceria maka akan semakin besar juga pengaruh positif loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas layanan transportasi di Family Raya Ceria memiliki fasilitas yang cukup efisien dengan itu pihak perusahaan juga perlu meningkatkan fasilitas tersebut agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Pada dasarnya, Kepuasan Pelanggan Family Raya Ceria, perlu memperhatikan adanya pesaing yang makin pesat, karena kualitas layanan akan menentukan tingkat loyalitas konsumen itu sendiri. Pihak Family Raya Ceria hendaknya senantiasa memperhatikan serta meningkatkan kinerja yang digunakan dalam usaha jasa transportasi ini, sehingga pendapatan yang

diperoleh akan meningkat. Hal ini perlu diperhatikan kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan usaha jasa transportasi pada perusahaan Family Raya Ceria ini agar tetap bertahan dalam kondisi persaingan usaha yang semakin meningkat.

### Simpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Terdapat Pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan jasa transportasi terhadap loyalitas konsumen Family Raya Ceria , hal ini di tunjukkan oleh  $t_{hitung}$  5,840 dan  $p$  value (sig) sebesar 0,000 yang dibawah alpha 10%. Artinya bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Family Raya Ceria dan semakin baik kualitas pelayanan jasa transportasi yang diberikan akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen Family Raya Ceria . Setiap kualitas pelayanan jasa transportasi meningkat sebanyak 1,00 maka loyalitas konsumen akan naik sebesar 26,7 dan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,489 artinya 48,9 ini berarti variabel independen kualitas pelayanan jasa mempengaruhi variabel dependen loyalitas konsumen sebesar 48,9 dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa “pengaruh kualitas pelayanan jasa transportasi terhadap loyalitas konsumen pada Family Raya Ceria dengan SPSS pada variabel X (kualitas pelayanan jasa transportasi) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 5,840 > 2,004 = t_{tabel}$ , dan  $sig = 0,000 < 5\%$ , jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel kualitas pelayanan jasa transportasi berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen Family Raya Ceria .

## **Daftar Pustaka**

- Dewi, I. D., & Respati, N. N. (2020). The Influence of Service Quality on Customer Loyalty through Satisfaction (Study on Fast Boat D'Camel Fast Ferry). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4.
- Hashfi, H. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Loyalitas Pelanggan Pada PT Al Andalus Nusantara Travel Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Manceau, D. (2016). *Marketing Management*, 15e édition. *New Jersey: Pearson Education*.
- Kertajaya, H. (2006). *Marketing Plus 2000/SC Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Gramedia Pustaka Utama.
- Li, Z., Armstrong, E. J., Parker, J. P., Danielsen, B., & Romano, P. S. (2012). Hospital variation in readmission after coronary artery bypass surgery in California. *Circulation: Cardiovascular Quality and Outcomes*, 5(5), 729-737.
- Lindsay, R., Silverman, S. L., Cooper, C., Hanley, D. A., Barton, I., Broy, S. B., ... & Seeman, E. (2001). Risk of new vertebral fracture in the year following a fracture. *Jama*, 285(3), 320-323.
- Mulyawan, A., & Rinawati, R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Di Kota Bandung). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 119-131.
- Parmana, A. E., & Prihatini, A. E. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Po. Bejeu Jurusan Semarang-Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 572-579.
- Raharjo, F. S. (2017). Kualitas Pelayanan Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan Pusat Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Transformasi*, 1(32).
- Setiawati, E., & Murwanti, S. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 79-92.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.