

**PENGARUH *LOGISTICS SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA ANGKUTAN RETAIL KERETA API
(Studi Kasus: KAI Logistik Kantor Cabang Bandung)**

Amri Yanuar¹⁾, Rofiq Rochmansyah²⁾

¹⁾Program Studi D4 Logistik Bisnis Universitas Logistik & Bisnis Internasional
Email: amri@ulbi.ac.id

²⁾Program Studi D4 Logistik Bisnis Universitas Logistik & Bisnis Internasional
Email: rofiqrochmansyah965@gmail.com

Abstrak

*Bisnis logistik saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyaknya pesaing pada perusahaan sejenis menjadikan tantangan bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Permasalahan pada PT Kereta Api Logistik Cabang Bandung yaitu adanya sejumlah keluhan pelanggan B2C angkutan barang kereta api Cabang Bandung. Permasalahan tersebut akan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan data primer yang berbentuk kuesioner. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah seluruh pelanggan pengguna jasa angkutan barang Kereta Api Cabang Bandung. Sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan pengguna angkutan barang Kereta Api Cabang Bandung. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah *Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan logistik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengembangan kualitas pelayanan logistik secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas pelanggan.*

Kata Kunci: *Logistics service quality, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan*

1. PENDAHULUAN

Sektor logistik menjadi salah satu bidang yang memiliki peran penting dalam mendukung angka pertumbuhan ekonomi dan perdagangan bagi suatu negara. Khususnya di Indonesia, sektor logistik mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 10% per tahun pada lima tahun terakhir BPS (2020). Hal ini didorong oleh adanya kemajuan teknologi dan informasi yang menjadi penopang aktivitas *e-commerce* yang saat ini terus berkembang. Badan Pusat Statistika mencatat adanya pertumbuhan di sektor logistik pada triwulan I-2020 sebesar 1,27%. Pada sektor logistik, mencakup beberapa sub sektor, antara lain: transportasi, pergudangan, pos dan kurir. Pada sub sektor transportasi yang mengalami pertumbuhan dari tahun 2019-2020 paling tinggi yaitu angkutan laut sebesar (5,93%), angkutan darat sebesar (5,15%), dan angkutan sungai danau, dan penyeberangan sebesar (1,16%). Sedangkan

pertumbuhan yang negatif yaitu angkutan rel sebesar (-6,96%) dan angkutan udara (-13,31%) ((BPS), 2020). Pertumbuhan ini mencerminkan peningkatan kebutuhan terhadap layanan logistik yang andal dan efisien, terutama dalam angkutan retail.

Dalam konteks angkutan darat khususnya angkutan retail kereta api, Zeybek, (2018) menjelaskan kereta api sebagai salah satu moda transportasi darat yang memiliki keunggulan dalam kapasitas angkut yang besar dengan biaya yang efisien, yang membuatnya menjadi pilihan utama untuk pengangkutan barang dalam jumlah besar di lintas wilayah dituntut untuk bisa meningkatkan kualitas layanan demi keberlanjutan bisnis dan kepuasan pelanggan, dimana persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis saat ini, membuat pelaku bisnis untuk memikirkan strategi yang dapat menarik pelanggan untuk memilih jasa yang ditawarkan. Pelanggan menjadi faktor penting untuk mengetahui kebutuhan pasar yang dapat dijadikan

pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat bersaing dengan kompetitor atau pelaku bisnis yang serupa.

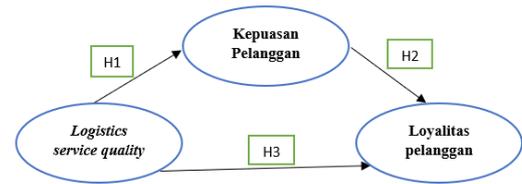
PT Kereta Api Logistik memiliki layanan unit bisnis yang dikelola melalui KAI Logistik Express dan mengambil peran pada *backbone* sebagai transporter dalam rantai e-commerce yang berupaya untuk memenuhi tingginya permintaan pasar seiring peningkatan pasar e-commerce baik untuk B2B maupun B2C

https://kalogistics.co.id/service/kalog_express.

Dalam menjalankan bisnis dengan layanan *Business to Customer* tidak selamanya berjalan dengan lancar, adanya keluhan pelanggan B2C pengguna jasa angkutan retail Kereta Api khususnya pada Cabang Bandung. Keluhan pelanggan paling banyak yaitu pada bulan Februari 2020 sebanyak 87 keluhan pelanggan dan Desember 2020 sebanyak 80 keluhan pelanggan. Jumlah keluhan didapatkan dari data rekapitulasi *customer service* PT Kereta Api Logistik Cabang Bandung. Permasalahan keluhan pelanggan B2C pada PT Kereta Api Logistik Cabang Bandung yang paling banyak dikeluhkan yaitu adanya keterlambatan barang, barang rusak, dan barang hilang. Permasalahan tersebut tentu akan merugikan pelanggan karena tidak mendapatkan hasil yang maksimal setelah menggunakan jasa angkutan Kereta Api. Jika pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan, maka perusahaan akan mengalami kerugian dengan kehilangan pelanggan dan berakibat kepada turunnya tingkat loyalitas pelanggan Dubey & Srivastava (2016).

Mengacu kepada permasalahan yang telah disebutkan di atas yaitu adanya keluhan pelanggan yang terjadi beberapa studi menunjukkan bahwa *Logistics Service Quality (LSQ)* berperan penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Saputra & Santoso (2022), LSQ memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui dimensi keandalan, ketepatan waktu, dan komunikasi. Pratama & Kurniawati (2021) menambahkan bahwa dimensi LSQ yang efektif dapat meningkatkan daya saing perusahaan logistik. Dalam industri logistik kereta api, Rahman & Novitasari (2019) menggarisbawahi pentingnya kepuasan pelanggan sebagai mediator antara LSQ dan loyalitas pelanggan. Menurut Handayani & Sutrisno (2021), loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten. Suryani & Yulianto (2021) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas, terutama dalam layanan angkutan retail kereta api. Studi Wijaya & Sukmana (2020) menyoroti bahwa kepuasan pelanggan dapat dimaksimalkan melalui penyediaan layanan logistik yang handal dan tepat waktu.

Dengan mengintegrasikan berbagai temuan dari literatur di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh LSQ terhadap loyalitas



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Sumber: Pengolahan data, 2024

pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada layanan angkutan retail kereta api. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis untuk pengembangan layanan logistik kereta api di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Permasalahan yang terjadi pada PT Kereta Api Logistik Cabang Bandung terjadi karena kualitas pelayanan logistik yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan merasakan tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, berikut ini merupakan kerangka konseptual dan hipotesis dari penelitian ini.

Pada gambar kerangka konseptual di atas, maka dapat hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H₁: *Logistics Service Quality* Berpengaruh Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H₂: Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H₃: *Logistics Service Quality* Berpengaruh Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- H₄: *Logistics Service Quality* Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening

2.1 Populasi dan Sampel

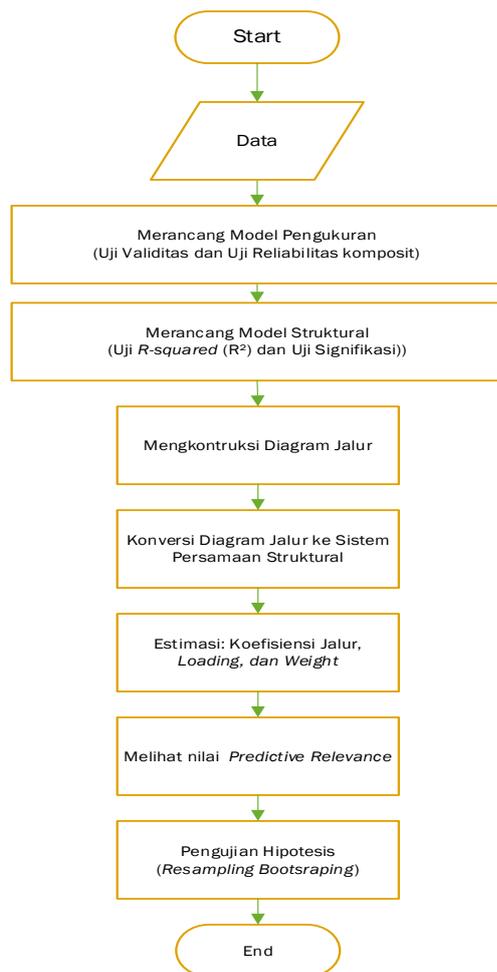
Populasi yang digunakan yaitu pengguna jasa angkutan retail Kereta Api Kantor Cabang KAI Logistik Bandung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti dapat mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya (Sugiono, 2010:122).

Populasi pengguna angkutan retail Kereta Api Kantor Cabang KAI Logistik Bandung tidak diketahui jumlahnya, maka sampel yang digunakan

pada penelitian ini mengacu pada kriteria yang diusulkan oleh (Sugiono, 2010:122) yaitu ketika jumlah variabel yang digunakan pada penelitian kurang dari 5 variabel maka sampel yang digunakan cukup 100 sampel.

2.2 Rancangan Analisis

Berikut merupakan sebuah rancangan analisis yang terdapat pada penelitian ini. Alat analisis yang digunakan yaitu metode *partial least structural*.



Gambar 2 Rancangan Analisis

Berdasarkan rancangan analisis yang telah dibuat, berikut penjelasannya:

1. Merancang model pengukuran (*outer model*)
 - a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah sejenis validitas dan berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur suatu konstruk harus memiliki korelasi yang tinggi sehingga dapat digunakan untuk mengukur korelasi antara variabel laten dan variabel dominan dalam model pengukuran refleksi. Selain

itu, verifikasi konvergensi dapat dievaluasi berdasarkan korelasi antara nilai komponen dan nilai yang dibangun, atau biasa disebut sebagai *loading factor*. Jika korelasi tersebut memiliki nilai loading >0,5 sampai 0,6, maka korelasi tersebut dapat dikatakan memenuhi validitas konvergensi.

- b. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan ialah salah satu penilaian untuk mengukur model pengukuran (*outer model*). Validitas diskriminan memiliki prinsip kalau pengukur konstruk yang berbeda sepatutnya tidak berkorelasi besar, sehingga validitas diskriminan dari model pengukuran refleksi bisa dihitung berdasarkan nilai *cross loading* dari variabel manifest terhadap tiap-tiap variabel laten. Variabel laten dikatakan bisa memprediksi indikatornya lebih baik dari variabel laten yang lainnya bila korelasi antara variabel laten dengan tiap indikatornya (variabel manifest) lebih besar dari korelasi variabel laten yang lainnya. Selain itu, uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Jika nilai AVE lebih besar dibandingkan nilai korelasi diantara variabel laten, maka validitas diskriminan dapat dianggap terpenuhi. Uji diskriminan dapat terpenuhi jika nilai AVE >0,5
- c. Uji Reliabilitas Komposit

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur pada metode SEM-PLS. Variabel laten dapat dikatakan reliabel yang baik apabila nilai *composite reliability* >0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* > 0,7 Sarwono dan Narimawati dalam (Gita, 2017).

2. Merancang Model Struktural

- a. Uji R-squared (R^2)

Uji *R-Squared* (R^2) adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur nilai *Goodness of Fit* dalam model struktural. Nilai *R-Squared* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel laten independent tertentu terhadap variabel laten dependen. Menurut Chin dalam (Gita, 2017), hasil R^2 sebesar 0,67 mengindikasikan bahwa model dalam kategori baik. Hasil R^2 diantara 0,33 dan 0,67 mengindikasikan bahwa model dalam kategori moderat. Sedangkan R^2 sebesar 0,33 mengindikasikan bahwa model dalam kategori lemah.
- b. Uji Signifikansi

Pada uji signifikansi bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam uji signifikansi model SEM-PLS, yang dimaksudkan variabel independen adalah variabel laten eksogen dan yang dimaksudkan variabel dependen adalah variabel laten endogen. Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural digunakan untuk mengetahui signifikansi dari hubungan-hubungan antar variabel laten. Perumusan hipotesis pada uji signifikansi sebagai berikut:

- H₀: Variabel independent tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
- H₁: Variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

3. Mengkontruksi Diagram Jalur

Membuat diagram jalur yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikatornya dan mengkonversi ke sistem persamaan struktural.

4. Pendugaan Parameter

- a. Estimasi jalur (*path estimate*) yaitu hubungan antar variabel laten (koefisien jalur) dan antara variabel laten dengan indikatornya (*loading*).
- b. *Weight estimate* yaitu dilakukan untuk menghitung data variabel laten.

5. Nilai *Predictive Relevance*

Predictive Relevance merupakan nilai untuk menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan. Jika Q^2 menunjukkan nilai lebih dari >0 maka model memiliki *predictive relevance* atau nilai observasi yang baik, sedangkan jika Q^2 kurang dari <0 maka model kurang memiliki *predictive relevance* atau nilai observasi yang dihasilkan tidak baik.

6. Melakukan Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis pada SEM-PLS dilakukan dengan metode *resampling bootstrap* karena memungkinkan berlakunya data berdistribusi bebas sehingga tidak memerlukan asumsi distribusi normal. Uji statistik yang digunakan yaitu statistik t atau *t-test*. Apabila nilai pada *bootstrapping* lebih dari >1.96 maka dinyatakan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan, jika nilai *bootstrapping* lebih rendah <1.96 , maka dinyatakan tidak memiliki pengaruh secara signifikan, Abdullah & Hartono dalam Japariato (28:2018).

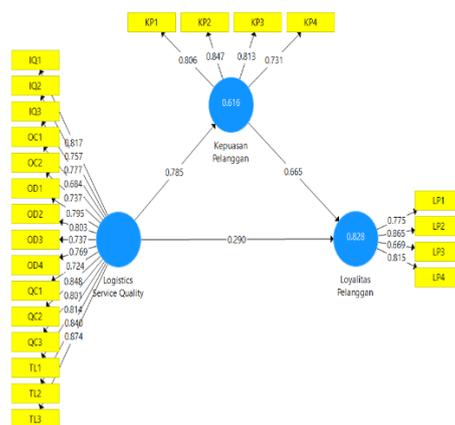
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengujian Model Pengukuran (*Outer model*)

Perancangan pada model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menentukan spesifikasi

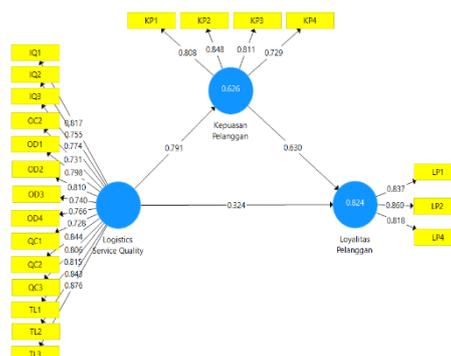
hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Dalam pengujian *outer model* meliputi uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas komposit.

- 1) Uji validitas konvergen dapat dilihat melalui nilai *outer loading*. *Outer loading* merupakan tabel yang berisi *loading factor* untuk menunjukkan besaran korelasi antara indikator dengan variabel laten. Nilai *loading factor* yang dikatakan valid jika $>0,7$. Tahapan *outer loading* dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS 3*.



Gambar 3 Diagram Jalur
Sumber: Pengolahan data, 2024

Gambar 3 dapat diketahui bahwa terdapat nilai *loading factor* yang kurang dari <0.7 yaitu variabel *logistics service quality* pada indikator OC1 dan variabel loyalitas pelanggan pada indikator LP3. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi pada indikator tersebut karena memiliki nilai <0.7 . Setelah dilakukan eliminasi pada indikator yang memiliki nilai <0.7 maka akan dilakukan estimasi ulang atau *re-estimasi* pada diagram jalur untuk memeriksa kembali validitas *outer loading* setiap indikator. Jika uji validitas pada *outer loading* sudah terpenuhi, maka model pengukuran mempunyai potensi untuk dilakukan pengujian lebih lanjut. Adapaun estimasi ulang dapat dilihat pada gambar 4 sebagai berikut:



Gambar 4 Estimasi Ulang Diagram Jalur

Sumber: Pengolahan data, 2024

Gambar 4 dapat diketahui hasil dari estimasi ulang diagram jalur dan dapat diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai *loading factor* yang meningkat, hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa indikator yang telah di eliminasi. Hasil penyajian lain dari *output outer loading* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Nilai Outer Loading

Kode Indikator	Variabel		
	LSQ	Kepuasan	Loyalitas
IQ1	0.817		
IQ2	0.755		
IQ3	0.774		
OC2	0.731		
OD1	0.798		
OD2	0.810		
OD3	0.740		
OD4	0.766		
QC1	0.728		
QC2	0.844		
QC3	0.806		
TL1	0.815		
TL2	0.843		
TL3	0.876		
KP1		0.808	
KP2		0.848	
KP3		0.811	
KP4		0.729	
LP1			0.837
LP2			0.860
LP4			0.818

Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa semua indikator pada penelitian ini memiliki hubungan positif terhadap masing-masing variabel laten. Nilai *loading factor* pada setiap indikator >0,7 dan dapat dikatakan tinggi.

Tahap pengujian validasi konvergen selanjutnya yaitu dengan mengetahui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE digunakan untuk mengukur tingkat variansi suatu komponen konstruk yang dihimpun dari indikatornya dengan menyesuaikan pada tingkat kesalahan. Minimal nilai pada AVE yang direkomendasikan yaitu 0,50.

Tabel 2 Nilai AVE

Variabel	Average Variance Extracted
Logistics Service Quality	0.631
Kepuasan Pelanggan	0.641
Loyalitas Pelanggan	0.703

Sumber: Pengolahan data, 2024

- Uji validitas diskriminan merupakan tingkat diferensi suatu indikator dalam mengukur konstruk-onstruk instrumen. Dalam pengujian diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai *cross loading* yaitu koefisiensi korelasi indikator terhadap konstruknya atau dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 3 Nilai Cross Loading

Kode Indikator	Variabel		
	LSQ	Kepuasan	Loyalitas
IQ1	0.817	0.739	0.721
IQ2	0.755	0.581	0.579
IQ3	0.774	0.592	0.592
OC2	0.731	0.489	0.539
OD1	0.798	0.610	0.684
OD2	0.810	0.640	0.704
OD3	0.740	0.597	0.639
OD4	0.766	0.649	0.631
QC1	0.728	0.557	0.562
QC2	0.844	0.625	0.665
QC3	0.806	0.604	0.636
TL1	0.815	0.688	0.737
TL2	0.843	0.622	0.634
TL3	0.876	0.745	0.756
KP1	0.605	0.808	0.699
KP2	0.699	0.848	0.801
KP3	0.668	0.811	0.700
KP4	0.549	0.729	0.622
LP1	0.655	0.716	0.837
LP2	0.723	0.734	0.860
LP4	0.688	0.776	0.818

Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada tabel 3 terlihat bahwa korelasi konstruk indikator setiap variabel dengan indikatornya mempunyai nilai lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok konstruknya lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa model pada penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang tinggi.

- Uji reliabilitas komposit dilakukan untuk mengukur konsistensi internal alat ukur pada model. Variabel laten dapat dikatakan reliabel yang baik apabila hasil nilai *composite reliability* >0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* >0,7 Sarwono dan Narimawati dalam (Gita,2017).

Table 4 Nilai CA dan CR

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
LSQ	0.955	0.960
Kepuasan Pelanggan	0.812	0.877
Loyalitas Pelanggan	0.789	0.877

Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai semua konstruk/variabel pengukuran memenuhi kriteria reliabilitas yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach's Alpha >0,7 dan Composite Reliability >0,7. Dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik, sehingga model penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan pada tahap pengujian selanjutnya.

3.2 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian model struktural (Inner Model) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh antar konstruk dan R-Square. Tahapan model struktural dievaluasi dengan menggunakan p-value untuk dapat mengetahui signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural dan R-Square. Selain itu, pengujian model struktural dapat mengetahui pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen dan apakah memiliki pengaruh yang substantif atau tidak.

1) Koefisiensi Determinasi (Uji R-Square)

Tahapan koefisiensi dererminasi merupakan nilai yang menunjukkan besaran kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SmartPls 3.0, diperoleh hasil uji R-Square sebagai berikut:

Tabel 5 Koefisiensi Determinasi (R²)

Variabel	R Square
Kepuasan Pelanggan	0.626
Loyalitas Pelanggan	0.824

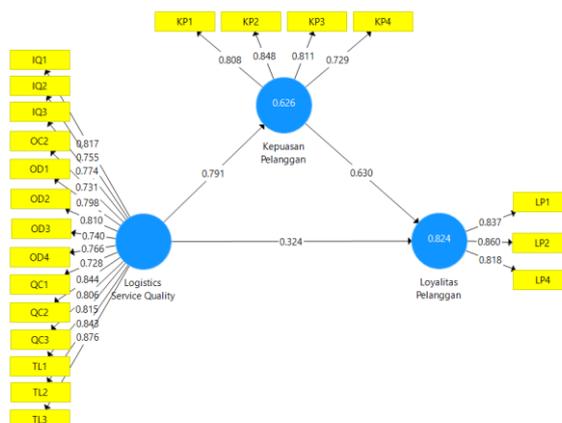
Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai R Square pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.626. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel logistics service quality dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 62,6% dan sisanya 37,4% merupakan kontribusi dari variabel lain diluar penelitian. Nilai R Square pada variabel loyalitas pelanggan sebesar 0.824. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel logistics service quality dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 82,4% dan sisanya 17,6% merupakan kontribusi dari variabel lain di luar penelitian ini.

2) Koefisiensi Jalur (Path Coefficient)

Koefisien jalur merupakan tahap pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik path analysis atau analisis jalur yaitu untuk memperlihatkan adanya hubungan yang kuat antara variabel-variabel yang diuji. Teknik analisis jalur digunakan untuk mengetahui dan menguji sebuah model yang mempunyai hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat, Sugiono dalam Japarianto (28:2018).

Tahap pengujian statistik pada model jalur analisis dengan metode partial least analysis square dengan menggunakan software SmartPLS 3, jika nilai koefisiensi jalur >0 maka variabel mempunyai hubungan positif dan jika <0 maka mempunyai hubungan negatif. Hasil dari path coefficient pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 5 Koefisiensi Jalur

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Tabel 6 Ringkasan Koefisiensi Jalur

Hipotesis				Koefisien Jalur
Pengaruh Langsung				
H1	LSQ	→	Kepuasan	0.791
H2	Kepuasan	→	Loyalitas	0.630
H3	LSQ	→	Loyalitas	0.324
Pengaruh Tidak Langsung				
H4	LSQ	→	Loyalitas	0.498

Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada tabel 6 analisa jalur koefisien penelitian ini telah terlihat bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dapat memperkuat hubungan antara logistics service quality dengan loyalitas pelanggan sebesar 0.498. Nilai tersebut didapatkan dari 0.791 dikali 0.630. Sedangkan jika tidak menggunakan variabel kepuasan sebagai variabel intervening maka hubungan logistics service quality dengan loyalitas pelanggan memiliki nilai 0.324, dimana angka tersebut lebih kecil dibandingkan dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

3) Predictive Relevance

Predictive Relevance merupakan nilai untuk menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan. Jika Q^2 menunjukkan nilai lebih dari >0 maka model memiliki *predictive relevance* atau nilai observasi yang baik, sedangkan jika Q^2 kurang dari <0 maka model kurang memiliki *predictive relevance* atau nilai observasi yang dihasilkan tidak baik. Hasil nilai Q^2 pada penelitian ini sebagai berikut:

Table 7 nilai Q^2

Variabel	Q^2
Kepuasan Pelanggan	0.394
Loyalitas Pelanggan	0.568

Sumber: Pengolahan data, 2024

Pada table 7 diatas terlihat bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai Q^2 0.394 >0 yang artinya variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai observasi yang baik. Variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai Q^2 0.568 >0 yang artinya variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai observasi yang baik.

4) Pengujian Hipotesis T-test

Pada tahapan *t-test* dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* dengan software *SmartPLS 3*. Metode *bootstrapping* digunakan mengukur tingkat akurasi pada *sample*. Apabila nilai pada *bootstrapping* lebih dari >1.96 maka dinyatakan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan, jika nilai *bootstrapping* lebih rendah <1.96 , maka dinyatakan tidak memiliki pengaruh secara signifikan, Abdillah & Hartono dalam Japarianto (28:2018). Hasil dari *bootstrapping* pada penelitian ini sebagai berikut:

Table 8 Hasil *Bootstrapping*

Hipotesis			T-statistik	P values	
Pengaruh Langsung					
H1	LSQ	→	Kepuasan	19.374	0.000
H2	Kepuasan	→	Loyalitas	7.258	0.000
H3	LSQ	→	Loyalitas	3.620	0.000
Pengaruh Tidak Langsung					
H4	LSQ	→	Loyalitas	7.349	0.000

Sumber: Pengolahan data, 2024

Berdasarkan hasil dari koefisiensi jalur diagram dan hasil *bootstrapping* maka hipotesis pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Hipotesis 1: Pengaruh *Logistics Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan

Koefisiensi jalur pada variabel *logistics service quality* terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0.791 artinya jika nilai koefisiensi jalur memiliki

nilai lebih dari >0 , maka variabel tersebut memiliki hubungan pengaruh yang positif. Hasil *bootstrapping* hipotesis pertama menyatakan bahwa *logistics service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai T-statistik 19.374 >1.96 dan nilai *Pvalues* 0.000 <0.05 .

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu *logistics service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin meningkatkan kualitas pelayanan logistik maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat, dan sebaliknya.

b. Hipotesis 2: Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Koefisiensi jalur pada variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0.630 artinya jika nilai koefisiensi jalur memiliki nilai lebih dari >0 , maka variabel tersebut memiliki hubungan pengaruh yang positif. Hasil *bootstrapping* hipotesis kedua menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai T-statistik 7.358 >1.96 dan nilai *Pvalues* 0.000 <0.05 .

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, kepuasan pelanggan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasa puas atas pelayanan logistik yang diberikan oleh perusahaan maka akan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang puas dengan menggunakan jasa pengiriman kereta api maka pelanggan akan bertahan menggunakan jasa pengiriman pada perusahaan yang sama.

c. Hipotesis 3: Pengaruh *Logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan

Koefisiensi jalur pada variabel *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0.324 artinya jika nilai koefisiensi jalur memiliki nilai lebih dari >0 , maka variabel tersebut memiliki hubungan pengaruh yang positif. Hasil *bootstrapping* hipotesis ketiga menyatakan bahwa *logistics service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai T-statistik 3.620 >1.96 dan nilai *Pvalues* 0.000 <0.05 .

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yaitu *logistics service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini koefisiensi jalur pada pengaruh secara langsung antara *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai lebih kecil dibandingkan dengan nilai koefisiensi pengaruh tidak langsung antara variabel *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan. Sehingga untuk memperkuat hubungan antara variabel *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan maka penelitian ini menggunakan

variabel *intervening* sebagai perantara kedua variabel tersebut.

d. Hipotesis 4: Pengaruh *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan

Koefisiensi jalur pada pengaruh tidak langsung antara variabel *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0.498 artinya jika nilai koefisiensi jalur memiliki nilai lebih dari >0 , maka variabel tersebut memiliki hubungan pengaruh yang positif. Hasil bootstrapping hipotesis keempat menyatakan bahwa *logistics service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan dengan nilai T-statistik $7.349 > 1.96$ dan nilai *Pvalues* $0.000 < 0.05$.

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yaitu *logistics service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikansi yang lebih kuat terhadap loyalitas pelanggan dengan melalui mediasi kepuasan pelanggan dibandingkan tanpa menggunakan mediasi. Oleh karena itu kualitas pelayanan pada perusahaan harus lebih ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan logistik pada perusahaan akan menciptakan kesan yang positif dan emosional sehingga pelanggan akan merasa puas dengan menggunakan jasa pengiriman kereta api. Selain itu, munculnya kesan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan setia dan ingin menggunakan kembali jasa pengiriman kereta api.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh antara *logistics service quality* terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman angkutan retail Kereta Api Cabang Bandung menunjukkan bahwa keempat hipotesis yang diajukan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Oleh karena itu, kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. *Logistics service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan jasa angkutan retail kereta api cabang Bandung.
- b. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan layanan jasa angkutan retail kereta api cabang Bandung.
- c. *Logistics service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan layanan jasa angkutan retail kereta api cabang Bandung.
- d. *Logistics service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada

layanan jasa angkutan retail kereta api cabang Bandung.

5. REFERENSI

- [1] Archi Dubey, Dr. A.K. Srivastava, (2016). Impact of Service Quality on Customer Loyalty- A Study on Telecom Sector in India. *Journal of Business and Management*. Vol. 18, Issue 2, PP 45-55. DOI: 10.9790/487X-18214555
- [2] Badan Pusat Statistika, 2020
- [3] Japariato, E. Pengaruh *Logistics Service Quality* Terhadap *Customer Retention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2018. Vol.12(1):25-32. DOI: 10.9744/pemasaran.12.1.25-32
- [4] Gita, A. *Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen dengan Structural Equation Modeling- Partial Least Square*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia. 2017.
- [5] Handayani, F., & Sutrisno, H. (2021). Model LSQ dan Loyalitas Pelanggan di Industri Logistik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- [6] https://kalogistics.co.id/service/kalog_express
- [7] Hulya Zeybek. 2018. Service Quality and its Importance for Rail Freight Customers. *International Journal of Transportation Engineering*, Vol.7/No.2/ (26) Autumn 2019
- [8] Pratama, H., & Kurniawati, A. (2021). Analisis Dimensi LSQ pada Perusahaan Logistik Indonesia. *Jurnal Logistik dan Supply Chain*.
- [9] Rahman, M. A., & Novitasari, D. (2019). Hubungan LSQ dengan Kepuasan Pelanggan pada Logistik Kereta Api. *Jurnal Transportasi*.
- [10] Saputra, R., & Santoso, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Logistik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Sektor Transportasi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Transportasi*.
- [11] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- [12] Suryani, E., & Yulianto, R. (2021). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Logistik Kereta Api. *Jurnal Logistik Terapan*.
- [13] Rachmatin, D., dkk. *Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen dengan SEM-PLS*. *Jurnal Departemen Pendidikan Matematika Universitas Pendidikan Indonesia*. 5(2). 59-71.
- [14] Wahyu, S., dan Juliati, A. 2019. *Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE)*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 7(2). 240-249.

- [15] Wijaya, T., & Sukmana, A. (2020). Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi antara Kualitas Layanan dan Loyalitas pada Layanan Logistik. Jurnal Manajemen Pemasaran.