**BAB I PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha dewasa ini begitu pesat sehingga menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Hal ini diakibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan kalangan usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Seiring dengan semakin ketatnya perkembangan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk dapat menjaga kesetiaan para konsumennya. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan konsumen yang telah ada. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para konsumennya.

Kepuasan konsumen yang diiringi dengan loyalitas pelanggan merupakan faktor utama dalam penilaian kualitas pelayanan. Dalam hal ini konsumen menilai kinerja pelayanan dan merasakan langsung produk suatu layanan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen dan selanjutnya semakin berdampak positif terhadap niat seseorang

untuk menyikapi layanan tersebut.

1

Umumnya yang pernah berbelanja baik *online* maupun *offline* jarak jauh, kebanyakan konsumen sudah sangat akrab dengan nama jasa pengiriman barang. Selain lebih efektif dalam waktu pengiriman, menggunakan jasa pengiriman tentunya juga memberikan keuntungan lebih jika barang atau transaksi yang dilakukan cukup banyak.

Perusahaan atau penjual besar berfikir, keberadaan jasa pengiriman menjadi salah satu mata rantai industri yang hampir tidak bisa dipisahkan dari usaha yang mereka kelola. Karena bagi perusahaan yang membutuhkan pengiriman barang dengan jumlah yang sangat besar serta tempat pengiriman yang tersebar jauh bahkan hingga pelosok, tentunya sangat tidak mungkin untuk melakukan pengiriman sendiri. Selain itu, ditambah lagi dengan makin trendnya jual beli *online* saat ini, menjadikan lebih banyak orang yang membutuhkan jasa pengiriman untuk mengantar berbagai macam barang. Sederet alasan tersebut menjadikan bisnis jasa pengiriman barang bisa sangat potensial saat ini. Mulai dari masyarakat kota hingga yang ada di pelosok pedesaan membutuhkan jasa angkutan barang tersebut. Diantara perusahaan jasa yang ada sekarang ini adalah perusahaan jasa pengiriman atau penitipan barang.

Menurut Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) No 6 tahun 1984 tentang Penyelenggaran jasa titipan : menimbang bahwa Sifat umum dari penyelenggara Jasa Titipan (*Ekspres Delivery Service*) adalah memperhatikan pengoperasian pelayanan yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan perusahaan yang bergerak di dalam jasa pengiriman barang ini digunakan untuk menunjang kelancaran suatu pendistribusian barang

dan jasa dalam mendukung kompetisi yang sehat, menjaga konsistensi peraturan penyelenggaraan jasa titipan (*Ekspres Delivery Service*), melindungi kepentingan pengguna jasa, menjamin perkembangan industri perposan, kenyamanan masyarakat dan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat.

Penyelenggaraan jasa titipan adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, mambawa dan atau menyampaikan surat pos jenis tertentu, paket dan uang dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya. Penyelenggaran jasa titipan dapat dilakukan oleh badan hukum Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) di atas, maka muncul istilah industri pengiriman barang. Perusahaan yang bergerak di dalam jasa pengiriman barang ini digunakan untuk menunjang kelancaran pendistribusian arus barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu badan usaha. Kita sadari bersama bahwa perusahaan yang bergerak dibidang ini sangat diperlukan dalam proses percepatan arus informasi dan penyampaian barang dari produsen kepada konsumen.

Jasa pengiriman paket merupakan bisnis-bisnis jasa titipan barang yang sangat benyak pesaingnya. Perkembangan jasa pengiriman barang dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, harga dan promosi yang ditawarkan berbagai perusahaan pengiriman barang dan banyaknya industri yang bergerak di bidang pengiriman barang. Hal ini seakan-akan menyiratkan bahwa setiap perusahaan harus mampu memberikan kualitas layanan jasa yang memuaskan para pelanggannya. Kualitas pelayanan yang baik sangat diperlukan dalam melayani

masyarakat, karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pemberi pelayanan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Salah satu jasa pengiriman barang yang mungkin sudah sangat anda kenal adalah titipan kilat JNE. Dengan cabangnya yang ada diseluruh penjuru tanah air, menjadikan JNE sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang terbesar yang ada di Indonesia. PT JNE (id.wikipedia.org/wiki/Jne) atau yang merupakan singkatan dari PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman barang terbesar dan dengan jaringan terluas di Indonesia saat ini. Perusahaan tersebut didirikan oleh seorang pengusaha bernama Soeprapto Suparno pada tahun 1990.

Pada awalnya sebenarnya perusahaan tersebut adalah merupakan bagian salah satu divisi dari perusahaan pengiriman barang internasional PT Citra van Titipan Kilat (TiKi) ([www.tiki-online.com)](http://www.tiki-online.com/) akan tetapi nampak menunjukan tanda- tanda adanya aroma persaingan di antara dua perusahaan itu dampaknya baik JNE maupun TiKi mempunyai arah masing- masing dalam mengatur kendali perusahaannya. JNE mulai berkembang menjadi penyedia jasa pengiriman barang internasional pada waktu itu antara lain urusan kepabean, impor barang, dokumen serta pengantaran. Pada tahun 1991, JNE mulai melebarkan sayapnya saat bergabung dengan asosiasi yang menaungi perusahaan kurir di Asia ACCA yang berpusat di Hongkong. Setelah itu nama JNE semakin dikenal tidak hanya di luar namun juga di dalam negeri. Dan melihat potensi pengiriman barang dalam negeri yang mulai berkembang pada waktu itu. JNE kembali mengembangkan

usaha nya ke dalam negeri termasuk yang ada di Propinsi Sulawesi Selatan Kota

Makassar.

Sejak mulai masuk dalam pasar lokal, JNE mulai mengalami perbedaan visi dengan perusahaan induknya yang juga dikenal dengan nama TiKi. Pada akhirnya perusahaan gabungan tersebut memutuskan untuk memisahkan diri dan memulai usaha masing-masing. sehingga pada saat ini kedua perusahaan tersebut dikenal menjadi saingan berat satu sama lain di bidang jasa pengiriman.

Era saat ini, pesan antar barang sudah menjadi hal biasa ditengah masyarakat. Tidak hanya itu saja, makanan dan minuman juga ada yang memberikan pelayanan pesan antar barang atau jasa. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan kepada konsumen. Kalau dilihat dari masa lampau, hal ini sudah sering dilakukan oleh masyarakat pada masa itu. Hanya saja bedanya kalau sekarang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk memesan barang atau jasa. Selain itu sekarang pun alat transportasinya pun sudah sangat berbeda dengan yang dulu yaitu kalau sekarang sudah menggunakan mesin. Sehingga dengan teknologi informasi dan komunikasi serta alat transportasi modern, proses pemesanan menjadi lebih mudah dilakukan dan proses pengantaran barang atau jasa menjadi lebih cepat. Kalau dulu hanya mengenal kantor pos sebagai tempat dimana menitipkan surat atau barang kepada yang ingin dikirim. Namun, dengan kecanggihan teknologi beserta kemudahan dan manfaatnya, sekarang banyak perusahaan jasa yang sudah mendirikan jasa pengiriman antar barang di Indonesia sebagai mitra bagi pembisnis - pembisnis di dunia maya, misalnya JNE, TIKI dan sebagainya.

Perusahaan jasa BUMN (Badan Usaha Milik Negara) kantor pos juga sudah mengikuti perkembangan zaman dengan menyediakan website pos indonesia dan memiliki 3.700 Kantor pos online serta dilengkapi elektronic mobile pos. Oleh karena itu bila memiliki usaha toko online, alangkah lebih mudah dan menghemat waktu bila menggunakan jasa pengiriman dari pada harus dikirim sendiri.

**Tabel 1. Indonesia *Brand Championship* 2017 kategori *Courier***

***Service* di Indonesia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MEREK | **TBI** | **TOP** |
| JNE | 47.6% | TOP |
| TIKI | 35.7% | TOP |
| Pos Indonesia | 9.6% |  |
| DHL | 1.3% |  |

Sumber: [http://www.topbrand-award.co](http://www.topbrand-award.com)m, 2017.

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa TBI *( Top Brand Index)* untuk tingkat persentase *courier service* dengan nilai tertinggi di peroleh oleh perusahaan jasa pengiriman JNE dengan nilai Top Brand index (TBI) sebesar

47.6%, pada posisi kedua untuk *courier service* dengan nilai TBI sebesar 35.7 % di peroleh oleh TIKI dan posisi Ketiga 9.6% adalah Pos Indonesia maupun ke empat pada jasa pengiriman DHL sebesar 1.3%. Dengan melihat tabel persentase diatas mengenai *Courier service* bahwa perusahaan JNE selalu mengutamakan pelayanan baik dalam pengantaran maupun pengiriman produk yang di lakukan oleh pelanggan.

Kualitas layanan harus mulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Sekarang ini pelanggan semakin piawai dalam permintaan mereka dan menuntut standar pelayanan yang tinggi. JNE menyadari pentingnya

menjalin hubungan dengan konsumen pelanggan saat ini dan meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan- kebutuhan para pelanggannya. Untuk dapat mewujudkannya, para pegawai harus dilatih sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan para pelanggannya.

Layanan pelanggan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam memperhatikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan perlu diperhatikan kriteria penentu kualitas jasa pelayanan. Penawaran jasa kepada konsumen harus didasarkan pada kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan, oleh karena itu JNE harus memperhatikan setiap hal yang dianggap penting oleh konsumen. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan mereka. Masalah atau persoalan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya adalah sistem layanan yang birokratis, berbelit-belit, dan tidak jelas, kedua, sumber daya manusia perusahaan yang masih belum menyadari arti pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan, pengetahuan dan kemampuan yang kurang, sikap dan perilaku yang belum baik yang dilakukan karyawan.

Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas konsumen. Memperbaiki hubungan antara service performance

,kepuasan pelanggan, dan intense pembelian konsumen yang tercermin melalui loyalitas. Hasil penelitiannya mengajukan teori bahwa kepuasan pelanggan adalah

tepat dijelaskan sebagai variable pemediasi dalam hubungan ini. Sehingga dalam peta pelayanan yang baru, posisi service performance diyakini semakin kuat menciptakan loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi service performance terhadap loyalitas pelanggan.

Selain permasalahan tersebut, terdapat juga keluhan-keluhan dari para pelanggan JNE yang banyak muncul di beberapa media, baik cetak maupun digital. Permasalahan yang sama terjadi juga di JNE Makassar. Keluhan-keluhan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Keluhan Pelanggan JNE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | SUMBER | Permasalahan |
| 1 | [http://www.kompasiana.com/rianadewie/sem](http://www.kompasiana.com/rianadewie/sempat-negatif-thinking-kini-saya-ketagihan%20jne_54f3e01d745513942b6c8287)[pat-negatif-thinking-kini-saya-ketagihan jne\_54f3e01d745513942b6c8287](http://www.kompasiana.com/rianadewie/sempat-negatif-thinking-kini-saya-ketagihan%20jne_54f3e01d745513942b6c8287) | Kurangnya konfirmasiantara customer JNEdengan pelanggan |
| 2 | [http://www.kompasiana.com/rianadewie/sem](http://www.kompasiana.com/rianadewie/sempat-negatif-thinking-kini-saya-ketagihan%20jne_54f3e01d745513942b6c8287)[pat-negatif-thinking-kini-saya-ketagihan jne\_54f3e01d745513942b6c8287](http://www.kompasiana.com/rianadewie/sempat-negatif-thinking-kini-saya-ketagihan%20jne_54f3e01d745513942b6c8287) | Kesalahan estimasi waktuyang sering terjadi saat pengiriman JNE regular |
| 3 | <http://myanwyn.blogspot.co.id/2014/02/jne->oh-jne-pengalaman-kurang.html | Kesalahan yang dilakukanpetugas sortir yang mengakibatkan memperlambat waktu pengiriman barang. |
| 4 | [(http://www.kompasiana.com/hakeemelfaisal](http://www.kompasiana.com/hakeemelfaisal) | Terdapat beberapa |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 07/menjawab-komplain-jasa-pengiriman-paket-jne) | agen JNE yang masihmenggunakan sistem penulisan resi manual. |
| 5 | (http:/www./berita.suaramerdeka.com/smcetak/surat-pembaca-kecewa-layanan-jne) | Kecewa Dengan PelayananJNE Jakarta- Semarang. |
| 6 | [(http://www.kompasiana.com/jokobuwono/jn](http://www.kompasiana.com/jokobuwono/jn)e-makassar-memang-buruk- pelayanannya\_55a855e1b493738229fece9f) | Pelayanan Pengirimanbarang Tidak SesuaiEstimasi |

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dikatakan bahwa sebuah usaha jasa pengiriman haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima, dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha jasa lainnya, sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat. Sebuah perusahaan jasa pengiriman barang jalur darat yang mempunyai keunggulan bersaing dapat terlihatpada kondisi banyaknya jumlah pelanggan dan yang memiliki loyalitas tinggi.

Perusahaan penyedia jasa lebih meningkatkan tujuan yang lebih baik yakni bagaimana cara menumbuhkan konsumen yang puas atas jasa yang diberikan ke arah konsumen yang loyal. Akan tetapi untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan bukanlah hal yang mudah dibentuk, karena penyedia jasa haruslah terlebih dahulu memberika kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal dan harga yang terjangkau kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa terbentuk apabila pelanggan merasa

puas dengan tingkat layanan yang diterima serta pelanggan cenderung untuk memilih produk atau jasa yang memiliki kelebihan namun dengan harga yang relatif murah.

Harga merupakan faktor ekstrinsik sebagai fungsi pengganti kualitas ketika pelanggan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai atribut dua intrinsik sehingga pelanggan menggunakan harga untuk menduga kualitas ketika hanya hargalah yang diketahui.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Berikut data pelanggan yang loyal di perusahaan PT. Jalur Nugraha Ekakurir dilihat dari pengguna kartu JLC *(JNE Loyality Card).*

**Tabel 3. *Pengguna Kartu JLC (JNE Loyality Card)***

**Pengguna**

 **TAHUN Kartu JLC**

 2011 25

 2012 30

 2013 48

 2014 24

 2015 20 Sumber Data : PT. Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE),2017

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa data pengguna kartu JLC *(JNE Loyality Card*) mengalami fluktuasi seperti dilihat pada tahun 2011 pelanggan yang menggunakan kartu JLC sebanyak 25 orang kemudian pada tahun 2012 pengguna JLC meningkat menjadi 30 orang , pada tahun 2013 naik menjadi 48 orang , lalu pada tahun 2014 pengguna kartu JLC mengalami penurunan yang cukup pesat menjadi 24 orang dan tahun 2015 juga turun menjadi 20 orang. Pengguna Kartu JLC yang tiap tahunnya Mengalami penurunan di akibatkan kurangnya sosialisasi yang di berikan oeh karyawan JNE serta kurangnya minat masyarakat yang ingin mengurus atau memakai kartu JLC tersebut. Dari data JLC di atas bahwa minat pelanggan yang Loyal menggunakan kartu JLC masih kurang, akan tetapi masih banyak perusahaan atau instansi yang loyal terhadap jasa pengiriman JNE (Jalur Nugraha Ekakurir).

Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa datang. Oleh karena itu, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat laba yang stabil, saat pasar mencapai kematangan atau kedewasaan dan persaingan bisnis begitu tajam, strategi definisi seperti berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting disbanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial (Fornell, 1992; Ahmad dan Buttle, 2002).

**Tabel 4. Data Volume Kiriman Barang**

**VOLUME kiriman**

 **TAHUN Barang persentase kenaikan**

 2011 90.264

 2012 172.640 91.26 %

 2013 323.368 87.38 %

 2014 492.746 52.31 %

 2015 631.764 28.21 %

 Jumlah 1.653.782 Sumber Data : PT. Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE), 2017

Berdasarkan table 4 diketahui bahwa volume Pengiriman barang mengalami kenaikan setiap tahun seperti dilihat pada tahun 2011 pengiriman barang sebanyak 90.264 unit kemudian pada tahun 2012 Pengiriman barang naik menjadi 172.640 unit, pada tahun 2013 naik menjadi 323.368 unit, lalu pada tahun

2014 pengiriman barang mengalami kenaikan yang cukup pesat menjadi 492.746 unit dan tahun 2015 juga naik menjadi 631.764 unit. Akan tetapi dilihat dari skala kenaikan persentasenya setiap tahunnya mengalami penurunan yang mungkin disebabkan 2 tahun terakhir Tarif Harga Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir mengalami kenaikan sebesar Rp. 3.000 setiap Service Pengirimannya ke semua daerah dan wilayah.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh harga dan kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan agar pelanggan menjadi loyal dengan mengirimkan produnkya melalui PT. Jalur Nugraha Ekakurir penelitian yang dituangkan dalam bentuk proposal dengan judul : **“Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Makassar”**

**B. Rumusan Masalah**

Kenyataannya setiap bidang usaha dituntut untuk terus memberikan harga produk yang bersaing dan kualitas pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya upaya - upaya baik seperti yang diatas di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan harga produk dan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta member rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari harga terhadap loyalitas pelanggan JNE di Kota Makassar?

2. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan JNE di Kota Makassar?

3. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan JNE di kota Makassar?

**C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan JNE di kota Makassar.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Kota Makassar.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan JNE di Kota Makassar.

**D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik teoritis maupun praktis yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini terdiri dari beberapa aspek, antara lain :

a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pengetahuan dan wawasan penulis tentang pengaruh harga , kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Jasa Pengiriman.

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah referensi sebagai acuan mahasiswa dalam penyusunan karya ilmiah dengan bahasan serupa dan Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran dengan memberi masukan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan serta dapat dijadikan sebagai acuan serta bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau bahan pendukung keputusan untuk masalah yang dihadapai terutama untuk memperhatikan kebijakan harga yang diberikan, dan kualitas pelayanan agar dapat mengoptimalkan loyalitas pelanggan.

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di kota Makassar, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif yang siginifikan terhadap loyalitas pelanggan . Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai thitung sebesar 2.074 dan nilai ttabel sebesar 1.984 dengan nilai signifikansi sebesar 0.041 lebih kecil dari α = 0,05.

2. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang siginifikan terhadap loyalitas pelanggan . Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai thitung sebesar 4.964 dan nilai ttabel sebesar 1.984 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari α = 0,05.

3. Hasil pada pembahasan telah membuktikan bahwa Pelanggan corporate menjadi lebih loyal di akibatkan adanya discount dan kualitas pelayanan

yang baik, yang diberikan oleh pihak perusahaan PT. Jalur Nugraha

120

Ekakurir (JNE) . Dengan adanya Kartu JNE Loyality Card maka membuat dan mempermudah pelanggan untuk mendapatkan potogan harga serta mengirimkan product nya lebih dari banyak dari biasanya. Salah satu Keunggulan yang dimiliki perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain karena kartu JNE Loyality Card tersebut.

**B. Saran**

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang dihasilkan, penelitian mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas lagi dengan adanya masukan mengenai beberapa hal diantaranya:

1. Menurut peneliti, pengaruh harga dan kualitas peayanan di perusahaan sangat baik, maka peneliti berharap PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Kota Makassar dapat mempertahankan factor harga dan kualiatas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa lebih nyaman dan puas dalam mengirimkan produknya pada jasa Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di kota Makassar.

2. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti masalah terkait, disarankan untuk melakukannya pada objek dan subjek yang berbeda dan juga peneliti sarankan agar lebih memperhatikan waktu penelitian agar tingkat pengembalian (respon rate) kuesioner dapat lebih tinggi dan mendapat hasil yang akurat.

3. Dalam upaya mendorong peningkatan loyalitas pelanggan, perusahaan