

WIKARA

WIKARA NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH DEVELOPMENT

Laman Jurnal: jurnal.stie-wikara.ac.id

ISSN : 2721-8120 (p) ,2797-3247 (e)

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta

Fauziah Nurhasanah^{1*}, Asep Yogi Permana²

1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja, Jawa Barat, Indonesia
2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja, Jawa Barat, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Artikel History: <i>Received: February 2025</i> <i>Revised: April 2025</i> <i>Published: July 2025</i> Keywords: Service Quality, Trust, Customer Loyalty, Delivery Service, Customer Satisfaction.	This study aims to analyze the effect of service quality and trust on customer loyalty at CV ELD Delivery Purwakarta. The research employed a quantitative method with a descriptive approach. The population consisted of 11,488 customers, and a sample of 300 respondents was selected using a random sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using SmartPLS 3.0 software. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, with a t-statistic value of 5.029 and a p-value of 0.000 (<0.05). Trust also has a positive and significant effect on customer loyalty, with a t-statistic value of 5.487 and a p-value of 0.000 (<0.05). Simultaneously, service quality and trust were found to be important factors in enhancing customer loyalty at CV ELD Delivery Purwakarta. These findings suggest that maintaining consistent service quality and strengthening customer trust can significantly improve sustainable customer loyalty.
INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Riwayat Artikel: Diterima : Februari 2025 Direvisi: April 2025 Dipublikasikan : July 2025 Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan, Jasa Pengiriman, Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian berjumlah 11.488 pelanggan dengan sampel sebanyak 300 responden yang ditentukan menggunakan teknik random sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-statistik sebesar 5,029 dan p-value 0,000 ($<0,05$). Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-statistik sebesar 5,487 dan p-value 0,000 ($<0,05$).

WIKARA

WIKARA NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH DEVELOPMENT

Laman Jurnal: jurnal.stie-wikara.ac.id

ISSN : 2721-8120 (p) ,2797-3247 (e)

Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan CV ELD Delivery Purwakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten serta penguatan kepercayaan pelanggan dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam berbagai sektor bisnis, termasuk industri jasa pengiriman dan layanan pesan antar (delivery service). Kemajuan teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan efisien sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kepraktisan dan kecepatan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, perusahaan jasa pengiriman dituntut tidak hanya mampu menyediakan layanan yang cepat, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman pelayanan yang berkualitas agar dapat mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang (Kotler & Keller, 2016).

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu aset penting yang menentukan keberlangsungan suatu perusahaan. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, serta tidak mudah berpindah kepada kompetitor. Menurut Griffin (2016), loyalitas pelanggan tercermin dari perilaku pembelian berulang yang dilakukan secara konsisten karena adanya kepuasan dan kepercayaan terhadap produk atau jasa yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan agar mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis.

Salah satu faktor yang diyakini memiliki pengaruh kuat terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, tepat, responsif, dan profesional. Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi elemen strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, kepercayaan juga menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan merupakan keyakinan pelanggan bahwa perusahaan mampu memberikan layanan sesuai dengan janji yang diberikan serta bertindak secara jujur dan bertanggung jawab. Kepercayaan yang tinggi akan mengurangi persepsi risiko pelanggan dalam menggunakan suatu jasa dan mendorong terbentuknya hubungan yang berkelanjutan. Menurut Morgan dan Hunt (1994), kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka semakin besar pula peluang terciptanya loyalitas.

CV ELD Delivery Purwakarta merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman lokal yang melayani kebutuhan masyarakat dalam pengantaran makanan, barang, maupun kebutuhan lainnya

melalui sistem pemesanan berbasis digital. Meskipun telah berkembang dan memiliki jumlah pelanggan yang cukup besar, perusahaan masih menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pelanggan CV ELD Delivery, ditemukan bahwa sebagian responden pernah mengalami keterlambatan pengiriman, kesalahan pengantaran pesanan, serta pelayanan pengemudi yang dinilai kurang ramah dan kurang profesional. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Temuan pra-survei juga menunjukkan bahwa sebanyak 60% responden pernah mengalami pelayanan yang kurang efektif, 55% responden pernah mendapatkan pengemudi yang kurang ramah, dan 75% responden pernah mengalami kesalahan dalam pengiriman barang atau makanan. Selain itu, sebagian besar responden masih merasa ragu terhadap tingkat kepercayaan layanan yang diberikan oleh CV ELD Delivery, yang ditunjukkan oleh 65% responden yang menyatakan ragu-ragu ketika ditanya mengenai tingkat kepercayaan terhadap perusahaan tersebut. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan masih menjadi isu yang perlu mendapat perhatian serius dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, baik pada sektor perbankan, e-commerce, maupun layanan berbasis aplikasi digital. Namun, penelitian mengenai hubungan ketiga variabel tersebut pada perusahaan jasa pengiriman lokal, khususnya CV ELD Delivery Purwakarta, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel penelitian, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen melalui pengujian hipotesis.

Objek penelitian terdiri atas kualitas pelayanan sebagai variabel independen pertama (X1), kepercayaan sebagai variabel independen kedua (X2), dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan lima indikator yang meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Variabel kepercayaan diukur melalui indikator integritas, kebaikan, kompetensi, konsistensi, dan keterbukaan. Sementara itu, loyalitas pelanggan diukur berdasarkan indikator pembelian ulang, pembelian lintas produk atau jasa, rekomendasi kepada orang lain, dan ketahanan terhadap penawaran pesaing.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan CV ELD Delivery Purwakarta yang tercatat pada periode penelitian sebanyak 11.488 pelanggan. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 300 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden penelitian.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan CV ELD Delivery Purwakarta menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Adapun data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, dokumentasi perusahaan, serta berbagai literatur yang relevan dengan topik kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

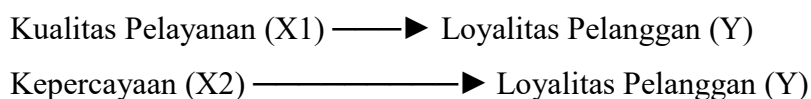
Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Kuesioner disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian dan disebarkan kepada responden secara langsung maupun melalui media digital. Seluruh instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa item pernyataan mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat dan konsisten.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, pengujian model pengukuran (outer model), pengujian model struktural (inner model), serta pengujian hipotesis. Evaluasi outer model dilakukan melalui pengujian convergent validity, discriminant validity, Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha. Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), predictive relevance (Q^2), dan koefisien jalur (path coefficient).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping pada SmartPLS. Hipotesis diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05 pada

tingkat signifikansi 5%. Melalui prosedur tersebut dapat diketahui pengaruh parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta.

Model Penelitian



Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H2: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H3: Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 300 responden pelanggan CV ELD Delivery Purwakarta, diperoleh gambaran bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan berada pada kategori baik. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,35 yang termasuk kategori setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai pelayanan yang diberikan oleh CV ELD Delivery telah memenuhi harapan pelanggan, terutama dalam aspek kecepatan, ketepatan, serta kemampuan driver dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

Hasil pengujian model struktural menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis path coefficient dengan melihat nilai t-statistic dan p-value. Hasil tersebut digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta. Pengujian ini penting karena loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberlangsungan usaha jasa pengiriman di tengah persaingan yang semakin ketat.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t-statistic sebesar 5,029 yang lebih besar dari 1,96. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah cenderung akan kembali menggunakan jasa yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Temuan tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. bahwa kualitas pelayanan yang unggul mampu menciptakan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rofiah dan Wahyuni (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Derry Sandika (2019) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada layanan transportasi dan pengiriman berbasis aplikasi. Dengan demikian, kualitas pelayanan tetap menjadi faktor strategis dalam mempertahankan pelanggan pada industri jasa.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t-statistic sebesar 5,487 yang lebih besar dari 1,96. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap CV ELD Delivery Purwakarta. Kepercayaan pelanggan dapat terbentuk melalui kejujuran, tanggung jawab, keterbukaan informasi, serta konsistensi perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Dharmmesta bahwa loyalitas pelanggan dibangun melalui rasa percaya pelanggan terhadap produk maupun jasa yang digunakan. Ketika pelanggan percaya bahwa perusahaan mampu memberikan layanan secara konsisten dan bertanggung jawab, maka pelanggan akan memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan jasa tersebut. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Dewi dan Yosepha (2020) serta Maisa dan Widodo yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan bersama kualitas pelayanan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan merupakan dua faktor penting yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada CV ELD Delivery Purwakarta. Di tengah persaingan layanan pengiriman yang semakin kompetitif, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan profesionalisme driver, ketepatan pengiriman, serta responsivitas terhadap keluhan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu memperkuat kepercayaan pelanggan melalui transparansi transaksi, tanggung jawab terhadap

kesalahan layanan, dan konsistensi dalam memenuhi janji pelayanan. Upaya tersebut akan membantu perusahaan mempertahankan pelanggan yang ada sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pelanggan CV ELD Delivery Purwakarta, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistic sebesar 5,029, sedangkan kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai p-value sebesar 0,000 dan t-statistic sebesar 5,487. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti ketepatan, kecepatan, responsivitas, dan keramahan dalam melayani pelanggan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Selain itu, meningkatnya kepercayaan pelanggan melalui kejujuran, tanggung jawab, dan konsistensi perusahaan dalam memberikan layanan juga mampu memperkuat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, CV ELD Delivery Purwakarta perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga kepercayaan pelanggan sebagai strategi utama untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis jasa pengiriman yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan pelanggan dan pencapaian brand trust*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Al Fajri, M. F., & Pradana, M. (2021). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 8689–8698.
- Al Idrus, D. S. (2019). *Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan*. Malang: Literasi Nusantara.
- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada pengguna jasa pengiriman. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 81–90.
- Djaali. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handayani, S., & Fathoni, A. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif dan mixed method*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara mudah memahami metodologi penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kasinem. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(3), 330–338.

- Maskan, M., Utaminingsih, A., & Patma, T. S. (2019). *Manajemen usaha dan organisasi*. Malang: Polinema Press.
- Nurdiansyah, H., & Rahman, R. S. (2019). *Pengantar manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Ratih, I. A., & Kerti, Y. N. N. (2020). *Perilaku konsumen dan loyalitas pelanggan*. Bali: Pustaka Larasan.
- Rifa'i, M. (2019). *Manajemen pelanggan dan loyalitas konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruyatnisih, H., & Megawati, L. (2018). *Pengantar manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Saadah, N., & Fajarul, M. (2020). *Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sandika, D. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi GoJek (Skripsi)*. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Sari, R., et al. (2021). *Manajemen pemasaran modern*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2)*. Bandung: Alfabeta.
- Supertini, N. P. S., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 8(1), 60–68.
- Suprpto, R., & WA, A. (2020). *Manajemen pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen pemasaran: Suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wicaksono, A. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada industri jasa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 504–512.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.