

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Jasa Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin

Jasa ekspedisi adalah sebuah bisnis perusahaan yang bergerak dalam hal pengiriman barang. Jasa Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin yang didirikan pada tanggal 17 November 2017, yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang yang melayani pengiriman dalam bentuk barang atau logistik. Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin merupakan cabang dari kantor pusat yang terletak di Surabaya tepatnya di Jl. Sidotopolor 20, sedangkan di Banjarmasin tepatnya di Jl. Rajawali Raya Lingkar Selatan. Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin jasa pengiriman barang dari Surabaya ke Kalimantan Selatan.

Adapun produk pelayanan yang diberikan Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin yaitu seperti, sandang, pangan, buku pelajaran sekolah, material bangunan, obat-obatan. Pengiriman barang tersebut pertama di muat ke Mobil Trak Poso, lalu menyeberang ke Banjarmasin menggunakan Kapal Fery Roro. Sesampainya di Banjarmasin barang tersebut kemudian di bongkar dan disusun, kemudian dikirimkan ke alamat yang dituju menggunakan mobil pekap atau trak.

2. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden berdasarkan Umur.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	< 30	-	-
2.	30-45	20	57%
3.	46-55	15	43%
4.	> 55	-	-
Total		35	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan dari tabel diatas, bahwa usia responden dari 30-45 tahun berjumlah 20 orang dengan presentase 57%, dan responden dengan usia 46-55 berjumlah 15 orang dengan presentase 43%. sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini dominan berusia 30-45 tahun.

b. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-laki	26	74%
2.	Perempuan	9	26%

Total	35	100%
--------------	-----------	-------------

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan dari tabel diatas, bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 26 orang dengan presentase 74%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 9 orang dengan presentase 26%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini dominan berjenis kelamin laki-laki.

3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

a. Variabel Sumber Daya Insani (X1)

Variabel ini memiliki tiga indikator yaitu, memahami bidangnya masing-masing, pengetahuan, dan semangat kerja.

1) Indikator tentang memahami bidangnya masing-masing.

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai kinerja karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin memahami bidangnya masing-masing dalam bekerja.

2) Indikator tentang pengetahuan.

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin memiliki pengetahuan yang baik untuk memberikan informasi kepada para konsumen.

3) Indikator tentang semangat kerja

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin memiliki

semangat kerja untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen.

Tabel 4. 3
Deskriptif Sumber Daya Insani (X1)

Pertanyaan	Jumlah Responden					Jumlah Jawaban	Jawaban Responden	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
1	-	-	2	15	18	156	35	4.45
2	-	3	6	21	5	133	35	3.80
3	-	-	4	24	7	143	35	4.08
Jumlah Rata-Rata Jawaban						432	35	12.33

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat rata-rata jawaban untuk variabel Sumber Daya Insani (X_1) adalah 12,33% dan rata-rata jawaban yang diberikan responden adalah Setuju. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden tersebut terhadap pernyataan kusieoner adalah Pelanggan Jasa Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin setuju bahwa sumber daya insani memiliki pengaruh dengan pernyataan menggunakan tiga indikator tersebut yaitu, memahami bidangnya masing-masing, pengetahuan, dan semangat kerja.

4) Variabel Loyalitas Konsumen (X_2)

Variabel ini memiliki lima indikator yaitu, pembelian uang, kebiasaan mengkonsumsi merk tersebut, selalu menyukai merk, tidak ingin mencoba produk lain, yakin bahwa merk tersebut yang terbaik.

a) Indikator tentang pembelian ulang

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan selalu kembali menggunakan jasa pengiriman barang menggunakan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

b) Indikator tentang kebiasaan mengkonsumsi merk

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan sudah terbiasa menggunakan merk atau jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

c) Indikator tentang selalu menyukai merk

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan setia dan selalu suka dengan sistem kerja di jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin meskipun ada berbagai hal positif dan negatif yang pernah dialami.

d) Indikator tentang tidak ingin mencoba produk lain

Yang dimaksud disini yaitu banyaknya jasa ekspedisi lainnya yg menawarkan untuk berlangganan ditempat mereka, tetapi pelanggan tersebut tidak ingin mencoba jasa ekspedisi yang lainnya.

e) Indikator tentang yakin bahwa merk tersebut yang terbaik

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan meyakini bahwa jasa ekspedisi hidayah banjarmasin tersebut adalah yang terbaik.

Tabel 4. 4
Deskriptif Loyalitas Konsumen (X₂)

Pertanyaan	Jumlah Responden					Jumlah Jawaban	Jawaban Responden	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
1	-	1	4	24	6	140	35	4.00
2	-	2	-	23	10	146	35	4.17
3	-	3	6	20	6	134	35	3.82
4	-	-	4	23	8	144	35	4.11
5	-	-	4	13	18	154	35	4.40
Jumlah Rata-Rata Jawaban						718	35	20.5

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat rata-rata jawaban untuk variabel Loyalitas Konsumen (X₂) adalah 20,5% dan rata-rata jawaban yang diberikan responden adalah Setuju. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden tersebut terhadap pernyataan kusieoner adalah Pelanggan Jasa Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin setuju bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh dengan pernyataan menggunakan lima indikator tersebut yaitu, pembelian ulang, kebiasaan mengkonsumsi merk tersebut, selalu menyukai merk, tidak ingin mencoba produk lain, yakin bahwa merk tersebut yang terbaik.

f) Variabel Kepuasan Konsumen (X₃)

Variabel ini memiliki lima indikator yaitu, terpenuhinya harapan pelanggan, selalu menggunakan produk, reputasi yang baik, merekomendasikan ke orang lain, kualitas pelayanan.

(1) Indikator tentang terpenuhinya harapan pelanggan

Yang dimaksud disini yaitu harapan pelanggan sudah terpenuhi dengan sistem kinerja atau pelayanannya di jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

(2) Indikator tentang selalu menggunakan produk

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan selalu menggunakan produk atau jasa yang ada di jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

(3) Indikator tentang reputasi yang baik

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan menganggap kalau jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin ini reputasi nya yg terbaik.

(4) Indikator tentang merekomendasikan ke orang lain

Yang dimaksud disini yaitu pelanggan merekomendasikan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin ke orang lain, atau kekerabat terdekatnya.

(5) Indikator tentang kualitas pelayanan

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana penilaian pelanggan tentang kualitas pelayanan di jasa ekspedisinya ini apakah kualitas pelayanan jasa pengiriman barang nya dapat dipercaya.

Tabel 4. 5
Deskriptif Kepuasan Konsumen (X₃)

Pertanyaan	Jumlah Responden					Jumlah Jawaban	Jawaban Responden	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
1	-	-	2	14	19	157	35	4.48
2	-	1	3	12	19	151	35	4.31
3	-	-	2	23	10	148	35	4.22
4	-	-	4	12	19	155	35	4.42
5	-	-	4	26	5	141	35	4.02
Jumlah Rata-Rata Jawaban						752	35	21.45

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat rata-rata jawaban untuk variabel Kepuasan Konsumen (X₃) adalah 21,45% dan rata-rata jawaban yang diberikan responden adalah Setuju. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden tersebut terhadap pernyataan kusieoner adalah Pelanggan Jasa Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin setuju bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh dengan pernyataan menggunakan lima indikator tersebut yaitu, terpenuhinya harapan pelanggan, selalu menggunakan produk, reputasi yang baik, merekomendasikan ke orang lain, kualitas pelayanan.

a) Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Variabel ini memiliki lima indikator yaitu, kesopanan, komunikasi, kemampuan, daya tanggap, keamanan.

(1) Indikator tentang bukti fisik

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin melayani pelanggan dengan bersikap ramah dan sopan.

(2) Indikator tentang keandalan

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama Banjarmasin dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

(3) Indikator daya tanggap

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai proses pengiriman barang dan penanganan transaksi yang dilakukan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin, cepat, tepat dan teliti.

(4) Indikator tentang keamanan

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin bertanggung jawab penuh terhadap keamanan dalam pengiriman barang.

(5) Indikator tentang komunikasi

Yang dimaksud disini yaitu bagaimana pelanggan menilai karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin memiliki komunikasi yang baik dengan pelanggan

Tabel 4. 6
Deskriptif Kualitas Pelayanan (Y)

Pertanyaan	Jumlah Responden					Jumlah Jawaban	Jawaban Responden	Rata-Rata
	1	2	3	4	5			
1	-	-	1	24	10	149	35	4.25

2	-	-	3	13	19	156	35	4.45
3	-	-	1	22	12	151	35	4.31
4	-	-	3	12	20	157	35	4.48
5	-	-	5	22	8	143	35	4.08
Jumlah Rata-Rata Jawaban						756	35	21.57

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat rata-rata jawaban untuk variabel Kualitas Pelayanan (Y) adalah 21,57% dan rata-rata jawaban yang diberikan responden adalah Setuju. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hasil dari jawaban responden tersebut terhadap pernyataan kusieoner adalah Pelanggan Jasa Ekspedisi Hidayah Bersama Banjarmasin setuju bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dengan pernyataan menggunakan lima indikator tersebut yaitu, kesopanan, komunikasi, kemampuan, daya tanggap, keamanan.

B. Hasil Analisa Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Perhitungan uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 24 for windows*. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	keterangan
Sumber Daya Insani (X1)	X1.1	0,676	0,3246	Valid
	X1.2	0,852	0,3246	Valid
	X1.3	0,784	0,3246	Valid
Loyalitas Konsumen (X2)	X2.1	0,729	0,3246	Valid
	X2.2	0,373	0,3246	Valid
	X2.3	0,752	0,3246	Valid
	X2.4	0,684	0,3246	Valid
	X2.5	0,508	0,3246	Valid
Kepuasan Konsumen (X3)	X3.1	0,820	0,3246	Valid
	X3.2	0,919	0,3246	Valid
	X3.3	0,361	0,3246	Valid
	X3.4	0,955	0,3246	Valid
	X3.5	0,527	0,3246	Valid
Kualitas Pelayanan (Y)	Y1	0,657	0,3246	Valid
	Y2	0,694	0,3246	Valid
	Y3	0,595	0,3246	Valid
	Y4	0,787	0,3246	Valid
	Y5	0,763	0,3246	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dapat disimpulkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari kuesioner penelitian yang telah di lakukan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Perhitungan uji reabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 24 for windows*. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji reabilitas:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Sumber Daya Insani (X1)	0,797	Reliabel
Loyalitas Konsumen (X2)	0,792	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X3)	0,881	Reliabel
Kualitas Pelayanan (Y)	0,906	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas bahwa Nilai *Alpha Cronbach* dari seluruh variable > 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa keempat variable tersebut dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar
 - a. Uji Normalitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan uji kolmogrov-smirnov.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas Kromoglov-Smirnov

N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07565667
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.091
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel uji normalitas diatas dengan menggunakan metode kolmogrov-smirnov, menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0.200 yang mana nilai tersebut > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Dilakukan untuk mengetahui uji linearitas apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Linearitas X1

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KUALITAS PELAYANAN * SUMBER DAYA INSANI	Between Groups	(Combined)	86.542	6	14.424	6.529	.000
		Linearity	44.764	1	44.764	20.263	.000
		Deviation from Linearity	41.778	5	8.356	3.782	.010
	Within Groups		61.858	28	2.209		
	Total		148.400	34			

Berdasarkan uji linearitas diatas bahwa untuk nilai variabel sumber daya insani $0,010 > 0,05$ yang artinya antara variabel sumber daya insani (X) dan kualitas pelayanan (Y) terdapat linearitas.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Linearitas X2

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KUALITAS PELAYANAN * LOYALITAS KONSUMEN	Between Groups	(Combined)	100.093	8	12.512	6.734	.000
		Linearity	61.453	1	61.453	33.075	.000
		Deviation from Linearity	38.640	7	5.520	2.971	.020
	Within Groups		48.307	26	1.858		
	Total		148.400	34			

Berdasarkan uji linearitas diatas bahwa untuk nilai variabel loyalitas konsumen $0,020 > 0,05$ yang artinya antara variabel loyalitas konsumen (X) dan kualitas pelayanan (Y) terdapat linearitas.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Linearitas X3

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KUALITAS PELAYANAN * KEPUASAN KONSUMEN	Between Groups	(Combined)	118.043	8	14.755	12.638	.000
		Linearity	107.038	1	107.038	91.675	.000
		Deviation from Linearity	11.005	7	1.572	1.346	.269
	Within Groups		30.357	26	1.168		
	Total		148.400	34			

Berdasarkan uji linearitas diatas bahwa untuk nilai variabel kepuasan konsumen $0,269 > 0,05$ yang artinya antara variabel kepuasan konsumen (X) dan kualitas pelayanan (Y) terdapat linearitas.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi diantara variabel independent. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Torelance	VIF
Sumber Daya Insani (X1)	0,228	4,378
Loyalitas Konsumen (X2)	0,203	4,925
Kepuasan Konsumen (X3)	0,408	2,082

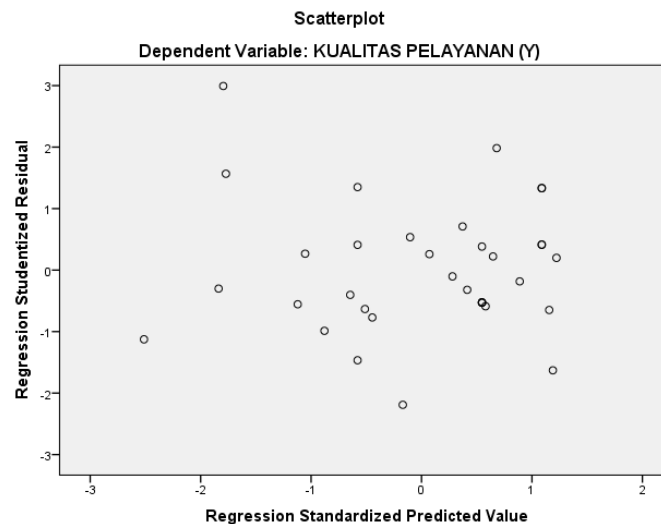
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diatas, diperoleh nilai *Tolerance* pada variabel sumber daya insani sebesar $0.228 > 0.1$ dan nilai VIF nya sebesar $4.378 < 10$, untuk nilai *Tolerance* variabel loyalitas konsumen $0.203 > 0.01$ dan nilai VIF nya sebesar $4.925 < 10$, dan nilai *Tolerance* pada variabel kepuasan konsumen sebesar $0.408 >$ dan nilai VIF nya sebesar $2.082 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa data di dalam penelitian ini tidak terjadi multikoliearitas pada data sampel.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketentuan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah bersifat homoskedastisitas yang harus terpenuhi dalam model regresi

adalah bersifat homoskedastisitas atau tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4. 1
Grafik Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas uji heteroskedastisitas diatas dapat dilihat bahwa dalam penelitian tersebut titik-titik pada gambarnya tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar luas, maka dapat disimpulkan bahwa data pada uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tetapi untuk pengujian yang lebih akurat lagi untuk mendeteksi hal ini, maka penulis menggunakan uji glejser. Dalam uji glejser ketika probabilitas signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual lebih besar dari 0.05 atau 5% dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi tidak terdapat adanya heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018):

Tabel 4. 14
Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,608	1,108		1,451	0,157
Sumber Daya Insani (X1)	0,023	0,150	0,055	0,154	0,879
Loyalitas Konsumen (X2)	0,091	0,111	0,309	0,824	0,416
Kepuasan Konsumen (X3)	-0,136	0,68	-0,487	-1,906	0,055

Berdasarkan table uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel sumber daya insani $0,879 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, nilai signifikansi loyalitas konsumen $0,416 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dan nilai signifikansi kepuasan konsumen $0,055 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis persamaan regresi linear berganda merupakan persamaan regresi yang menggunakan dua atau lebih variabel independent. Yang ditampilkan dalam bentuk persamaan. Perhitungan uji regresi linear berganda pada penelitian ini menggunakan program *Software SPSS 24 for Windows*.

Tabel 4. 15
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,612	1,953		2,362	0,25
Sumber Daya Insani (X1)	0,298	0,264	0,219	-1,131	0,267
Loyalitas Konsumen (X2)	0,239	0,195	0,252	1,227	0,229
Kepuasan Konsumen (X3)	0,732	0,120	0,816	6,116	0,000

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,298X_1 + 0,239X_2 + 0,732X_3$$

a. Sumber Daya Insani (X1)

Koefesien regresi sumber daya insani sebesar 0,298 dan memiliki arah positif terhadap kualitas pelayanan, yang artinya jika sumber daya insani mengalami kenaikan satu-satuan. Maka kualitas pelayanan akan mengalami kenaikan sebesar 0,298.

b. Loyalitas Konsumen (X2)

Koefesien regresi loyalitas konsumen sebesar 0,239 dan memiliki arah positif terhadap kualitas pelayanan, yang artinya jika loyalitas pelanggan mengalami kenaikan satu-satuan. Maka kualitas pelayanan akan mengalami kenaikan sebesar 0,239.

c. Kepuasan Konsumen (X3)

Koefesien regresi kepuasan konsumen sebesar 0,732 dan memiliki arah positif terhadap kualitas pelayanan, yang artinya jika kepuasan

konsumen mengalami kenaikan satu-satuan. Maka kualitas pelayanan akan mengalami kenaikan sebesar 0,732.

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian hipotesis yang meliputi Uji T (parsial), Uji F (Simultan), dan Koefisien Determinasi (R^2).

a. Uji Parsial (T)

Digunakan untuk menguji variabel-variabel independen X (sumber daya insani, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen) secara individual terhadap variabel dependen Y (kualitas pelayanan) dengan melihat signifikansi nya 5% atau 0,05. Dasar pengambilan keputusannya yaitu, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independent (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y), dan begitu juga sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independent (X) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

Dengan demikian $t_{tabel} = t(0,05/2 ; 35-3-1) = t(0,025;31)$ maka diperoleh nilai sebesar 2,03951. Hasil dari pengujian nya menggunakan program SPSS 24 for windows antara lain:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Hipotesis Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,612	1,953		2,362	0,25
Sumber Daya Insani (X1)	0,298	0,264	0,219	-1,131	0,267
Loyalitas Konsumen (X2)	0,239	0,195	0,252	1,227	0,229
Kepuasan Konsumen (X3)	0,732	0,120	0,816	6,116	0,000

Berdasarkan tabel diatas dalam penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} sumber daya insani $(-1,131) < t_{tabel} (2,03951)$ dengan nilai signifikansi $0,267 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya sumber daya insani tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kualitas pelayanan di jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.
- 2) Nilai t_{hitung} loyalitas konsumen $(1,227) < t_{tabel} (2,03951)$ dengan nilai signifikansi $0,229 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, artinya loyalitas konsumen tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kualitas pelayanan di perusahaan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

3) Nilai t_{hitung} kepuasan konsumen (6,116) $>$ t_{tabel} (2,03951) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya kepuasan konsumen terdapat pengaruh secara parsial terhadap kualitas pelayanan di jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

b. Uji Simultan (F)

Digunakan untuk menguji variabel-variabel independen X (sumber daya insani, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen) secara sama-sama terhadap variabel dependen Y (kualitas pelayanan). Dasar pengambilan keputusannya yaitu, jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai probabilitasnya $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya variabel independent (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y), dan begitu juga sebaliknya jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai probabilitasnya $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak yang artinya variabel independent (X) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel (Y).

Dengan demikian $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(3; 35 - 3) = F(3; 32)$, maka nilai yang diperoleh yaitu sebesar 2,91. Hasil dari pengujian nya menggunakan program SPSS 24 for windows antara lain:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Hipotesis Simultan (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	109,061	3	36,354	28,647	0,000 ^b
Residual	39,339	31	1,269		
Total	148,400	34			

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas didalam penelitian ini menunjukkan nilai $F_{hitung} (28,647) > F_{tabel} (2,91)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang artinya sumber daya insani, loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen terdapat pengaruh secara simultan terhadap kualitas pelayanan di jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

c. Koefesien Determinasi

Dilakukan untuk melihat presentase pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Hasil koefesien determinasi dapat dilihat pada hasil dari pengujian nya menggunakan program SPSS 24 for windows antara lain:

Tabel 4. 18
Hasil Uji Koefesien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Sad. Error of the Estimate
1	0,857 ^a	0,734	0,709	1,127

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai R Square yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,734 menunjukkan bahwa variabel independent yaitu sumber daya insani, loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen yang mampu menjelaskan variabel dependent yaitu kualitas pelayanan sebesar 74,3%, sedangkan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

C. Analisis Data

1. Pengaruh Sumber Daya Insani (X1) terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai t_{hitung} sumber daya insani (-1,131) > t_{tabel} (2,03951) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variabel sumber daya insani tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel kualitas pelayanan di perusahaan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

Menurut Achmad S.Rucky tentang sumber daya insani adalah orang-orang yang ada dalam organisasi yang memberikan sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi, supaya meningkatkan kualitas pelayanannya, (Achmad S.Ruky 2013), hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian penulis. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung penelitian yang dilakukan Kina Atika dan Nisa'Ulul Mafra, bahwa penelitian yang dilakukan penulis untuk variabel sumber daya manusia atau insani didalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanannya.

Tetapi hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri Dwi Ramadhani, bahwa sumber daya insani masih kurang maksimal dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, dan lebih memantapkan lagi fungsi perencanaan, peorganisasian di perusahaan tersebut.

2. Pengaruh Loyalitas Konsumen (X2) terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai t_{hitung} loyalitas pelanggan ($1,227$) $>$ t_{tabel} ($2,03951$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, yang artinya variabel loyalitas pelanggan tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel kualitas pelayanan di perusahaan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

Konsep loyalitas pelanggan menurut Costabile dalam Smith and Wright adalah suatu bentuk hubungan yang kuat antara konsumen dengan perusahaan. Menurut Hiil dalam Rusdarti, loyalitas adalah perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. (Zainuddin, 2016), hal ini tidak sejalan dengan penelitian hasil penulis. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Novi Dwi Astuti dan Beta Asteria bahwa penelitian yang dilakukan penulis untuk variabel loyalitas pelanggan tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanannya.

Tetapi hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Khuswandani bahwa loyalitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan atau kinerja, yang artinya ada beberapa hal lagi yang harus ditingkatkan di perusahaan tersebut sehingga kualitas pelayanannya menjadi meningkat dan konsumen menjadi loyal.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen (X3) terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai t_{hitung} kepuasan konsumen ($6,116$) $>$ t_{tabel} dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya variabel kepuasan konsumen terdapat

pengaruh secara parsial terhadap variabel kualitas pelayanan di perusahaan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

Menurut Armstrong, menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). (Sucihati dan Suhartini, 2022). Yang artinya kinerja karyawan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin dalam kualitas pelayanannya bisa dirasakan dan sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dan hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Okto Widhiarsa bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

4. Pengaruh Sumber Daya Insani, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai F_{hitung} (28,647) > F_{tabel} (2,91) dengan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang artinya variabel sumber daya insani, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen terdapat pengaruh secara simultan terhadap variable kualitas pelayanan di perusahaan jasa ekspedisi hidayah bersama banjarmasin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Menurut Achmad S.Rucky tentang sumber daya insani adalah orang-orang yang ada dalam organisasi

yang memberikan sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi. (Achmad S.Ruky 2013). Menurut Costabile dalam Smith and Wright tentang loyalitas konsumen adalah suatu bentuk hubungan yang kuat antara konsumen dengan perusahaan, dan menurut Hiil dalam Rusdarti, loyalitas adalah perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengambilan keputusan. (Zainuddin, 2016), dan menurut Amstrong tentang kepuasan konsumen, menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). (Sucihati dan Suhartini, 2022), terhadap kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kina Atika, Nisa'Ulu Mafra, Novi Dwi Astuti, Beta Asteria, dan Okto Widhiarsa bahwa tentang variabel sumber daya insani, loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap kualitas pelayan.

Untuk hasil analisis koefisien determinasi *R Square* yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,734 yang menunjukkan bahwa variable sumber daya insani, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen mampu menjelaskan variable kualitas pelayanan sebesar 74,3%, sedangkan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.