

## PENGARUH *LOGISTIC SERVICE QUALITY*, REPUTASI PERUSAHAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT JASA PRIMA LOGISTIK BULOG

Eviyani<sup>\*1</sup>, Laode Amijaya Kamaluddin<sup>2</sup>, Ridwan<sup>3</sup>

<sup>\*1</sup>Program Pascasarjana Magister manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

<sup>2</sup>Program Pascasarjana Magister manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

<sup>3</sup>Program Pascasarjana Magister manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

E-mail: <sup>\*1</sup>eviyaniamin2023@gmail.com, <sup>2</sup>laodeamijaya@gmail.com, <sup>3</sup>ridwan@stienobel-indonesia.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Logistic Service Quality*, reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 sebagai responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda yang didahului dengan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik. Kemudian, untuk uji hipotesis menggunakan uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Logistic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog. 2) Reputasi Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog. 3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog. 4) *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog.

**Kata Kunci :** *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

### ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of logistics service quality, company reputation and customer satisfaction on customer loyalty. The type of research used in this research is quantitative. The sample in this study amounted to 99 as respondents. Source of data used in this research is primary data. In this study the data collection technique used was a questionnaire. The analytical method used is Multiple Linear Regression Analysis which is preceded by validity and reliability tests and classical assumption tests. Then, to test the hypothesis using the t test, f test and the coefficient of determination. The results of this study indicate that 1) Logistics Service Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty at PT. Bulog Logistics Prime Services. 2) Company reputation has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bulog Logistics Prime Services. 3) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Bulog Logistics Prime Services. 4) Logistics Service Quality, Company Reputation and Customer Satisfaction have a positive and significant effect together on Customer Loyalty at PT. Bulog Logistics Prime Services.*

**Keywords :** *Logistic Service Quality, Company Reputation, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi sekarang ini, perkembangan industri jasa pengiriman barang meningkat dengan semakin pesat disebabkan oleh budaya masyarakat yang menginginkan serba praktis. Permintaan konsumen yang semakin meningkat dalam jasa pengiriman barang, menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar jasa untuk dapat bersaing dan bertahan. Menghadapi kenyataan banyaknya jasa pengiriman barang yang sejenis dengan kualitas yang beragam dan selera konsumen yang mudah

berganti serta munculnya pesaing-pesaing baru, dampaknya adalah semakin banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang ditawarkan dalam bentuk yang beragam. Kondisi demikian membuat pelanggan dihadapkan kepada berbagai alternatif pilihan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhannya, sementara dipihak perusahaan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan konsumen/pelanggan.

Jasa logistik menjadi tulang punggung yang vital dalam pengembangan ekosistem ekonomi digital. Sebaliknya, suburnya ekonomi digital juga bakal mengungkit tumbuhnya sektor bisnis logistik. Laju pertumbuhan logistik di tanah air mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini terlihat dengan tumbuh suburnya bidang usaha logistik, antara lain yaitu sektor transportasi, pendistribusian, dan warehousing. Seiring dengan perkembangan dunia logistik yang semakin maju perusahaan harus bekerja secara efektif dan efisien untuk dapat meningkatkan mutu dan kualitas pelayan yang lebih baik.

Dalam industri logistik, di mana persaingan ketat dan kepercayaan pelanggan penting, perusahaan harus berfokus pada menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, memberikan layanan berkualitas tinggi, dan terus meningkatkan kepuasan pelanggan untuk memenangkan dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan tingkat retensi pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan logistik yang diberikan, mereka cenderung untuk tetap menggunakan jasa perusahaan logistik tersebut dan tidak beralih ke pesaing. Retensi pelanggan yang tinggi membantu perusahaan mempertahankan basis pelanggan yang stabil dan mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru. Pelanggan yang puas cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan perusahaan logistik kepada orang lain. Reputasi yang baik dapat membantu perusahaan logistik dalam membangun citra positif di pasar, menarik pelanggan baru, dan memperluas pangsa pasar mereka.

Kepuasan pelanggan adalah ukuran sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima dari suatu perusahaan. Ini adalah faktor penting dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan, memperoleh rekomendasi dari pelanggan, dan membangun reputasi yang baik. Pelanggan akan puas jika produk atau layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka. Produk yang berkualitas tinggi dan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka. Penting bagi perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Dengan memahami apa yang membuat pelanggan puas dan tidak puas, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki produk atau layanan mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

*Logistic Service Quality* (kualitas layanan logistik) adalah konsep yang mengacu pada sejauh mana perusahaan logistik memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam memberikan layanan logistik. *Logistics service quality* merupakan pengembangan dari *service quality* untuk mengukur *customer satisfaction* dalam bidang logistik. Ketika *logistics service quality* berjalan dengan baik, tentu akan menimbulkan kepuasan kepada konsumen. Konsumen yang merasa puas ini akan berpengaruh pada keberlangsungan *logistics service quality*. Ketika kepuasan konsumen ini berjalan terus meningkat maka akan berpengaruh pada *customer retention*. (Japarianto, 2018)

Reputasi perusahaan adalah persepsi konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau penilaian tentang keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang mengenai kualitas perusahaan. Reputasi merupakan perwujudan dari pengalaman seseorang dengan produk, atau pun pelayanan yang mereka

dapatkan, reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka. (Herwin dan Abadi, 2018). Dengan demikian, reputasi perusahaan sebagai entitas yang dapat dipercaya dan memiliki kredibilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan percaya pada reputasi perusahaan dalam hal integritas, kualitas, dan keandalan, mereka cenderung merasa lebih puas dengan produk atau layanan yang mereka terima.

*Customer loyalty* atau loyalitas konsumen adalah respon atau sikap pelanggan berupa komitmen, kelekatan dan kesetiaan pada suatu merek, toko, pabrik, jasa, atau entitas lain pada kurun waktu tertentu yang ditandai dengan pembelian atau penggunaan secara berulang yang konsisten pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya. Pelanggan yang loyal akan terus menggunakan produk atau layanan dari perusahaan secara konsisten. Dengan penggunaan kontinu ini, mereka memiliki kesempatan untuk mengalami manfaat jangka panjang dan meningkatkan pemahaman tentang produk atau layanan tersebut. Selain itu, perusahaan juga memberikan pelayanan prioritas kepada para pelanggannya setia sebagai bentuk apresiasi atas dukungan mereka. Sehingga, ketika seorang pelanggan loyal, mereka akan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima dari perusahaan.

PT. Jasa Prima Logistik BULOG merupakan perusahaan yang bergerak dibidang logistik yang melayani jasa penyimpanan barang dan pengiriman barang baik laut maupun darat. Mulai dari bidang angkutan atau *trucking*, *freight forwarding*, *warehousing*, *ground handling*, *supply chain management (SCM)*, dan *fleet management system (FMS)*. Salah satu pelayanan unggulan yang ditawarkan yaitu jasa angkutan *trucking* untuk memindahkan komoditi atau produk pengguna jasa dengan menggunakan armada truk. Dalam pelaksanaannya, PT. Jasa Prima Logistik BULOG membagi kegiatan *trucking*nya menjadi 2 (dua) jenis, yaitu kegiatan internal (kegiatan yang berasal dari Perum BULOG) dan kegiatan eksternal (kegiatan yang lingkupnya diluar Perum BULOG).

PT. Jasa Prima Logistik BULOG harus mengutamakan bagaimana mengembangkan bisnisnya agar dapat terus tumbuh, hal ini tentunya dapat dilakukan dengan melalui memaksimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Sebab, perkembangan perusahaan logistik dalam bidang pengangkutan dan penanganan barang dari waktu ke waktu semakin menjadi kepedulian pelanggan, hal ini bisa diteliti dari tingginya persaingan produk jasa dan kualitas pelayanan. Adapun perkembangan akuisisi pelanggan yang telah diperoleh PT. Jasa Prima Logistik BULOG baik dari perusahaan maupun perorangan dalam satu tahun terakhir, yakni pada tahun 2022 dapat dilihat pada tabel yang disajikan berikut:

**Tabel 1. Perkembangan Pelanggan PT. JPL BULOG Tahun 2022**

No.	Bulan	Pelanggan		Order Quantity	
		Jumlah	Persentase Perkembangan	Jumlah	Persentase Perkembangan
1	Januari	46	-	181	-
2	Februari	52	13,0%	533	194,5%
3	Maret	78	50,0%	623	16,9%

No.	Bulan	Pelanggan		Order Quantity	
		Jumlah	Persentase Perkembangan	Jumlah	Persentase Perkembangan
4	April	87	11,5%	400	-35,8%
5	Mei	76	-12,6%	431	7,8%
6	Juni	93	22,4%	623	44,5%
7	Juli	56	-39,8%	434	-30,3%
8	Agustus	98	75,0%	610	40,6%
9	September	87	-11,2%	454	-25,6%
10	Oktober	89	2,3%	509	12,1%
11	November	83	-6,7%	549	7,9%
12	Desember	95	14,5%	807	47,0%

Sumber: PT. Jasa Prima Logistik BULOG (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2022 perkembangan pelanggan dan jumlah pesanan PT. Jasa Prima Logistik BULOG secara garis besar terlihat mengalami peningkatan dari bulan ke bulan, dimana perolehan akuisisi pelanggan terbanyak terdapat pada bulan Agustus yakni sebanyak 98 pelanggan dengan jumlah pesanan sebanyak 610, sedangkan untuk jumlah pesanan terbanyak terdapat pada bulan Desember yakni sebanyak 807 dengan jumlah pelanggan sebanyak 95. Tentunya tidak mudah bagi PT. Jasa Prima Logistik BULOG untuk dapat terus mempertahankan jumlah pelanggan yang diakuisisinya untuk selalu menggunakan jasanya serta terus meningkatkan jumlah pesannya. Oleh karena itu, PT. Jasa Prima Logistik BULOG harus mampu mengelola pelayanan dan strategi pemasaran secara optimal untuk menjadi senjata perusahaan dalam menarik pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam kesuksesan bisnis, terutama dalam industri logistik. Bisnis logistik, termasuk PT. Jasa Prima Logistik Bulog, berhubungan erat dengan pelanggan dan klien yang mempercayakan aktivitas logistik mereka. Kepuasan pelanggan melibatkan evaluasi positif terhadap kualitas layanan, kepuasan dengan kinerja perusahaan, dan pencapaian harapan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan dan kualitas pelayanan logistik yang diberikan oleh PT. Jasa Prima Logistik Bulog, maka mereka akan merasa senang dan puas dengan pengalaman mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi perusahaan.

Studi-studi terdahulu telah mengungkapkan bahwa *Logistic Service Quality* (kualitas pelayanan logistik), reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri logistik atau bidang terkait lainnya. Penelitian oleh Azim, *et al.* (2017) menemukan bahwa kualitas pelayanan logistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Studi ini juga menemukan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi pengaruhnya lebih kecil daripada kualitas pelayanan logistik. Sementara itu, penelitian lain oleh Hassan, *et al.* (2018) menemukan bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Studi ini juga menemukan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, tetapi pengaruhnya lebih kecil daripada loyalitas pelanggan. Studi oleh Al-Qahtani, *et al.* (2019) menemukan bahwa kualitas pelayanan logistik, reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Studi ini juga menemukan bahwa kualitas pelayanan logistik

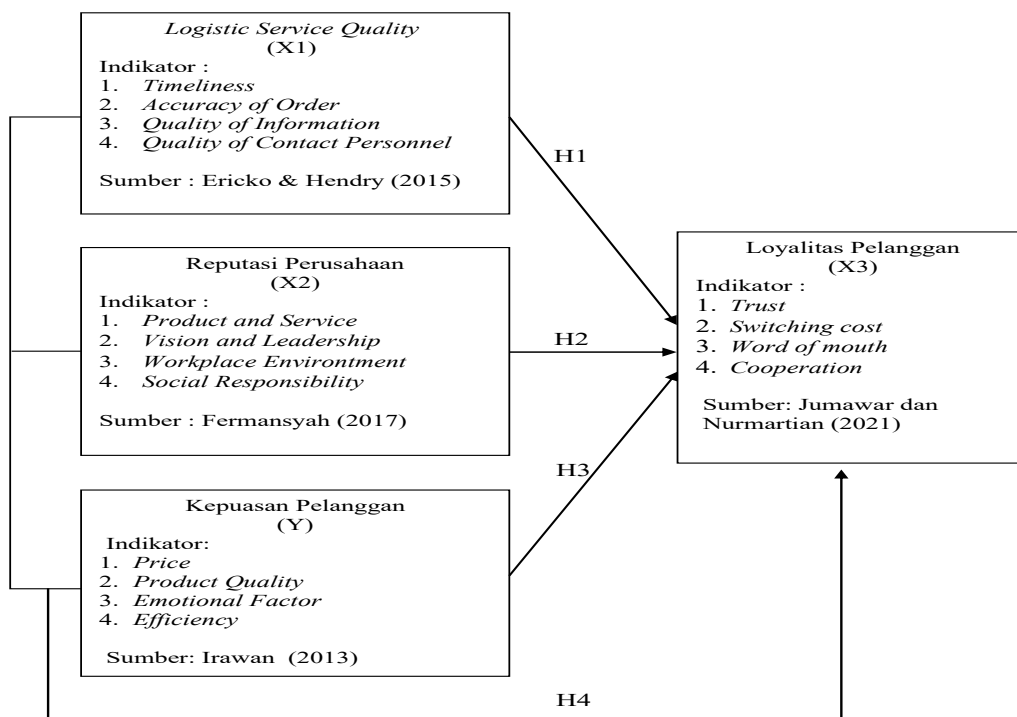
memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan, diikuti oleh loyalitas pelanggan, dan kemudian reputasi perusahaan.

Penelitian ini penting dilakukan karena penelitian sebelumnya telah mengungkapkan keterkaitan antara *Logistic Service Quality* (kualitas pelayanan logistik), reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan dalam industri logistik. Namun, penelitian tentang hubungan ini pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog masih belum dilakukan. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana faktor-faktor seperti kualitas pelayanan logistik, reputasi perusahaan, dan loyalitas pelanggan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog. Informasi ini akan bermanfaat bagi manajemen perusahaan untuk meningkatkan strategi layanan mereka, mempertahankan pelanggan yang ada, dan menarik pelanggan baru, sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar logistik Indonesia.

Dengan demikian, berbagai permasalahan tersebut dapat dikaji lebih dalam untuk melihat manakah yang harus diprioritaskan terlebih dahulu dan untuk mengetahui faktor manakah yang lebih berpengaruh terhadap meningkatkan loyalitas pelanggan dalam mencapai tujuan perusahaan. Ketika merujuk kepada *Logistic Service Quality*, reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan, maka harusnya hal tersebut berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan..

Berdasar pada uraian diatas maka penelitian ini disusun melalui konsep kerangka pemikiran yang dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian**



Melalui gambar kerangka konsep di atas maka akan terdapat beberapa hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu :

1. *Logistic Service Quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog

2. Reputasi Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog
4. *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Jasa Prima Logistik Bulog.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog Pusat, yang beralamat di Gedung Perum BULOG, Lt. 16, Jalan Gatot Subroto Kav. 49, Jakarta.

Populasi yang digunakan yaitu seluruh perusahaan yang menggunakan jasa PT Jasa Prima Logistik Bulog, yang mana dari setiap perusahaan tersebut diwakili oleh masing-masing tiga orang yang memiliki posisi pada setiap departemen dalam organisasi, yakni manajer operasional, manajer pemasaran, dan manajer administrasi. Sehingga jumlah populasi keseluruhan adalah 99 orang. Sehingga, dengan memperhatikan jumlah populasi yang relatif kecil maka metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Dengan demikian, yang menjadi sampel adalah seluruh jumlah populasi dalam penelitian, yakni sebanyak 99 orang.

Adapun jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (*scoring*). Sedangkan, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden dengan memberikan pernyataan dalam bentuk kuesioner. Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Noor, 2017). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan angket (*questionnaire*). Angket (*questionnaire*) merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut

Teknik analisis data menggunakan analisa regresi linier berganda yang didahului dengan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap data penelitian uji hipotesis Pada pengujian hipotesis uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya. Kemudian dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 0,05. Apabila nilai  $F_{hitung} >$  dari nilai  $F_{tabel}$ , maka berarti variabel bebasnya secara serentak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikatnya, atau hipotesis diterima. Besarnya pengaruh itu dapat dilihat pada nilai  $R^2$ . Uji T berfungsi untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya signifikan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas dengan nilai  $t_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 0,05.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas merupakan jenis pengujian statistik dengan meneliti valid tidaknya

sebuah data penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel. Dengan taraf signifikansi 5% diperoleh r-tabel 0,203.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Logistic Service Quality</i> (X1)	Pernyataan 1	0,681	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,706	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,721	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,612	0,195	Valid
Reputasi Perusahaan (X2)	Pernyataan 1	0,662	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,713	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,663	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,707	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan (X3)	Pernyataan 1	0,760	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,837	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,296	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,671	0,195	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pernyataan 1	0,615	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,584	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,629	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,696	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 2. diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r-hitung > r-tabel (0,195) dan bernilai positif. Dengan demikian setiap pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid dan layak dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

**Uji Reliabilitas**

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama. Dalam uji reliabilitas kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,50.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Logistic Service Quality</i> (X1)	0,608	Reliabel
Reputasi Perusahaan (X2)	0,624	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (X3)	0,656	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,698	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3. menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,50. Dengan begitu, semua variabel X dan Y dapat dinyatakan reliabel

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan

dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer IBM SPSS for Windows versi 25. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Adapun hasil analisis dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2,534	2,142		1,183	,240		
	Logistic Service Quality (X1)	,201	,075	,220	2,675	,009	,992	1,009
	Reputasi Perusahaan (X2)	,226	,081	,238	2,790	,006	,919	1,088
	Kepuasan Pelanggan (X3)	,434	,087	,428	4,993	,000	,912	1,097

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Output SPSS 25

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,534 + 0,201 X1 + 0,226 X2 + 0,434 X3$$

Hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat interprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,743 (positif) artinya, jika variabel bebas, yaitu *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan nilainya tetap atau konstan, maka variabel terikat, yaitu Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 2,534 satuan.
2. Nilai koefisien variabel *Logistic Service Quality* (X1) sebesar 0,201 artinya jika *Logistic Service Quality* mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0,201. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *Logistic Service Quality* dengan Loyalitas Pelanggan.
3. Nilai koefisien variabel Reputasi Perusahaan (X2) adalah sebesar 0,226 artinya jika variabel Reputasi Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka Loyalitas Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,226. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara Reputasi Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan.
4. Nilai koefisien variabel Kepuasan Pelanggan (X3) adalah sebesar 0,434 artinya jika variabel Loyalitas Pelanggan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka Loyalitas Pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,434. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara Loyalitas Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.

**Uji T (Secara Parsial)**

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dalam regresi linier berganda. Dalam penelitian ini untuk memperoleh nilai t-tabel dapat dilihat pada tabel t-statistik dengan taraf signifikan 0,05, dan uji 2 sisi. Diperoleh hasil t-tabel = 1,985. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6, maka hasil dari pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh antara *Logistic Service Quality* (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)  
 Penelitian ini menghasilkan nilai t-hitung X1 sebesar 2,675 dan nilai signifikansi sebesar 0,009. Sehingga, hasil ini menunjukkan nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-



tabel ( $2,675 > 1,985$ ), hal ini membuktikan terdapat pengaruh antara variabel *Logistic Service Quality* (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai signifikansi penelitian 0,009 lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai alpha 0,05 dengan demikian hal ini membuktikan pengaruh *Logistic Service Quality* (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara parsial signifikan.

2. Pengaruh antara Reputasi Perusahaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Penelitian ini menghasilkan nilai t-hitung X2 sebesar 2,790 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Sehingga, hasil ini menunjukkan nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $2,790 > 1,985$ ), hal ini membuktikan terdapat pengaruh antara variabel Reputasi Perusahaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai signifikansi penelitian 0,006 lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai alpha 0,05 dengan demikian hal ini membuktikan pengaruh Reputasi Perusahaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara parsial signifikan.
3. Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Penelitian ini menghasilkan nilai t-hitung X3 sebesar 4,993 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga, hasil ini menunjukkan nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $4,993 > 1,985$ ), hal ini membuktikan terdapat pengaruh antara variabel Kepuasan Pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai signifikansi penelitian 0,000 lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai alpha 0,05 dengan demikian hal ini membuktikan pengaruh Kepuasan Pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara parsial signifikan.

**Uji F (Secara Simultan)**

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) variabel bebas terhadap variabel terikat dalam regresi linier berganda. Besarnya nilai F-tabel dengan ketentuan  $\alpha = 0,05$ , pada tabel f statistik diperoleh nilai F-tabel sebesar 2,699. Hasil uji F (simultan) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57,643	3	19,214	18,174	,000 <sup>b</sup>
	Residual	100,438	95	1,057		
	Total	158,081	98			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (X3), Logistic Service Quality (X1), Reputasi Perusahaan (X2)

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 5 diketahui nilai F-hitung sebesar 18,174 dan nilai signifikansinya 0,000. Artinya nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel ( $18,174 > 2,699$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *alpha* ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.

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

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai R2 kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sangat terbatas.

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,604 <sup>a</sup>	,365	,345	1,028	1,883

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan (X3), Logistic Service Quality (X1), Reputasi Perusahaan (X2)

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa perolehan nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> atau R Square adalah sebesar 0,365. Hasil ini berarti bahwa variabel *Logistic Service Quality* (X1), Reputasi Perusahaan (X2) dan Loyalitas Pelanggan (X3) memiliki hubungan dengan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 36,5%, dan sisanya 63,5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model atau oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh *Logistic Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan analisis persamaan regresi diperoleh hasil jika *Logistic Service Quality* mengalami peningkatan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan ikut meningkat. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara *Logistic Service Quality* dengan Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog. Adapun hasil uji t yang telah dilakukan menemukan pada variabel *Logistic Service Quality* dimana telah diperoleh t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen *Logistic Service Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Logistic Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog. Hal ini berarti bahwa adanya upaya yang signifikan untuk meningkatkan kualitas layanan logistik. Perusahaan ini telah secara konsisten berinvestasi dalam peningkatan infrastruktur dan teknologi, serta melibatkan tim yang terlatih untuk mengelola berbagai aspek operasional. Penekanan pada efisiensi operasional, ketepatan waktu pengiriman, dan keamanan barang menjadi fokus utama dalam menyediakan layanan kepada pelanggan. PT Jasa Prima Logistik Bulog juga berkomitmen untuk menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan, memberikan informasi terkini tentang status pengiriman, dan secara proaktif merespon permintaan atau masalah yang timbul.

Upaya PT Jasa Prima Logistik Bulog dalam meningkatkan kualitas layanan logistik memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan memberikan layanan yang andal, tepat waktu, dan komunikasi yang baik, perusahaan ini telah berhasil menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Hal ini tidak hanya menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, tetapi juga mendorong pelanggan untuk tetap setia menggunakan layanan mereka. Loyalitas pelanggan tersebut tidak hanya berarti mereka terus menggunakan layanan, tetapi juga mungkin merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Oleh karena itu, investasi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan logistik tidak hanya berdampak pada hasil finansial, tetapi juga pada citra positif dan

pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Andini, dkk. (2022), bahwa *mobile shopping service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada *mobile site* Tokopedia di Kota Yogyakarta. Selain itu, terdapat juga penelitian mengenai pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan pada retail PT Campina Ice Cream Industry Tbk di Jambi oleh Busra dan Dahmiri (2022), dimana penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Meskipun tidak secara khusus membahas tentang *Logistic Service Quality*, penelitian-penelitian tersebut dapat memberikan gambaran bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Logistic Service Quality* juga dapat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan analisis persamaan regresi diperoleh hasil jika Reputasi Perusahaan mengalami peningkatan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan ikut meningkat. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara Reputasi Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog. Adapun hasil uji t yang telah dilakukan menemukan pada variabel Reputasi Perusahaan dimana telah diperoleh t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen Reputasi Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Reputasi Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog. Hal ini berarti bahwa pada PT Jasa Prima Logistik Bulog, terlihat jelas upaya yang konsisten dalam membangun dan memelihara reputasi perusahaan yang positif. Perusahaan ini telah mengedepankan etika bisnis yang tinggi, mengutamakan kualitas layanan, dan memperhatikan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Dalam interaksi dengan pelanggan, perusahaan ini menjaga komunikasi terbuka, memberikan informasi yang akurat, dan berusaha menjawab pertanyaan serta keluhan pelanggan dengan cepat dan memuaskan. Reputasi baik perusahaan ini juga tercermin dalam rekomendasi dan ulasan positif yang diberikan oleh pelanggan serta kolaborasi yang baik dengan pihak terkait.

Dengan fokus yang kuat pada pembangunan reputasi perusahaan yang positif, PT Jasa Prima Logistik Bulog telah menciptakan dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Reputasi perusahaan yang baik mencerminkan kepercayaan yang tinggi dari pelanggan terhadap integritas dan kualitas perusahaan. Pelanggan cenderung merasa lebih nyaman dan yakin untuk tetap menggunakan layanan dari perusahaan yang memiliki reputasi baik, daripada beralih ke alternatif lain. Selain itu, reputasi positif juga bisa meningkatkan tingkat rekomendasi kepada orang lain, yang secara tidak langsung berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dan pangsa pasar yang lebih besar.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sonaria, dkk. (2019), yang dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa reputasi perusahaan atau citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toyota Auto 2000 di Kota Samarinda. Selain itu, terdapat juga penelitian mengenai pengaruh *shariah compliance*, reputasi perusahaan, dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali oleh

Fatimah (2019), dimana dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan analisis persamaan regresi diperoleh hasil jika Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan ikut meningkat. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog. Adapun hasil uji t yang telah dilakukan menemukan pada variabel Kepuasan Pelanggan dimana telah diperoleh t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog. Hal ini berarti bahwa perusahaan telah memprioritaskan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dalam memberikan layanan. Perusahaan ini secara konsisten berupaya untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan menjaga kualitas layanan, mengoptimalkan proses pengiriman, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Data menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan layanan yang mereka terima, merasa bahwa perusahaan mendengarkan masukan mereka, dan merasa diperlakukan dengan baik. Kepuasan pelanggan ini tercermin dalam ulasan positif dan umpan balik yang diterima oleh perusahaan dari pelanggan.

Kepuasan pelanggan yang tinggi memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Jasa Prima Logistik Bulog. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang mereka terima cenderung lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan dari perusahaan ini di masa depan. Tingkat kepuasan yang tinggi juga dapat membawa dampak positif pada citra perusahaan dan reputasi, yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat rekomendasi dan pertumbuhan bisnis. Perusahaan dapat menggunakannya sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dan menjaga retensi pelanggan yang lebih tinggi.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Pertiwi, dkk. (2022), yang dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *E-Commerce* Shopee. Selain itu, terdapat juga penelitian mengenai determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan oleh Gultom, dkk. (2020), dimana dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Berbintang di Medan.

### **Pengaruh *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan ditemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan antara *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil tersebut juga diperkuat dari uji koefisien determinasi yang telah dilakukan, yang menunjukkan bahwa variabel *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan dengan Loyalitas Pelanggan sebesar 36,5%, dan sisanya 63,5%

dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model atau oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Dengan demikian, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Jasa Prima Logistik Bulog.

Dalam konteks PT Jasa Prima Logistik Bulog, terdapat bukti yang kuat bahwa ketiga faktor utama, yaitu *Logistic Service Quality* (kualitas layanan logistik), Reputasi Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan, saling berinteraksi dan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Analisis yang lebih mendalam dari masing-masing faktor serta efeknya terhadap loyalitas pelanggan dapat memberikan wawasan yang lebih lengkap.

Kualitas layanan logistik di PT Jasa Prima Logistik Bulog memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dengan pengiriman tepat waktu, keandalan, komunikasi yang baik, dan perlakuan terbaik terhadap barang, perusahaan ini menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Kualitas layanan logistik yang unggul memberikan rasa percaya dan kenyamanan kepada pelanggan, yang pada akhirnya membangun hubungan jangka panjang dan loyalitas pelanggan.

Reputasi positif yang diperoleh PT Jasa Prima Logistik Bulog memiliki dampak besar pada loyalitas pelanggan. Reputasi baik mencerminkan integritas, komitmen terhadap kualitas, dan tanggung jawab sosial. Pelanggan cenderung merasa lebih nyaman dan yakin dalam memilih layanan dari perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, dan mereka mungkin lebih mungkin untuk mengabaikan alternatif lain. Reputasi yang baik juga meningkatkan kemungkinan rekomendasi, yang berarti pertumbuhan pelanggan yang organik.

Kepuasan pelanggan di PT Jasa Prima Logistik Bulog adalah faktor kunci dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan dan kualitas produk atau layanan, mereka cenderung lebih mungkin untuk tetap setia pada perusahaan. Kepuasan yang tinggi juga memperkuat hubungan emosional dan psikologis pelanggan dengan perusahaan, yang sulit dicapai oleh pesaing.

Melihat interaksi simultan antara ketiga faktor ini, dapat diasumsikan bahwa pelanggan yang mendapatkan layanan logistik berkualitas, merasa puas dengan pengalaman mereka, dan memiliki persepsi positif terhadap reputasi perusahaan, akan memiliki loyalitas yang lebih tinggi. Kombinasi kualitas layanan, reputasi yang baik, dan kepuasan pelanggan menciptakan ikatan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan, yang cenderung menghasilkan retensi pelanggan yang lebih tinggi serta potensi pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

Dengan menggabungkan pengaruh positif dan signifikan dari *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan, dapat disimpulkan bahwa PT Jasa Prima Logistik Bulog telah berhasil membangun fondasi kuat untuk loyalitas pelanggan. Perusahaan ini telah mengenali bahwa menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, membangun reputasi yang baik, dan memastikan kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik yang tinggi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Upaya perusahaan dalam memberikan pengiriman yang tepat waktu, keandalan, dan perlakuan yang baik terhadap barang memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini membentuk hubungan yang erat dan membantu dalam mempertahankan pelanggan di jangka panjang
2. Reputasi perusahaan yang baik juga berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Perusahaan yang menjunjung tinggi etika bisnis, kualitas layanan, dan tanggung jawab sosial cenderung membangun kepercayaan dan hubungan yang kokoh dengan pelanggan. Reputasi yang baik memberikan keyakinan kepada pelanggan untuk terus memilih layanan perusahaan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.
3. Temuan menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka, mereka lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan perusahaan. Kepuasan pelanggan juga memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan, mengurangi kemungkinan beralih ke pesaing.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi simultan antara *Logistic Service Quality*, Reputasi Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan adalah faktor krusial dalam membentuk loyalitas pelanggan yang kuat. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang berkualitas dan memiliki persepsi positif terhadap reputasi perusahaan cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi. Kombinasi ini menciptakan ikatan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan, menghasilkan retensi pelanggan yang lebih tinggi dan peluang pertumbuhan bisnis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qahtani, F., Al-Sharif, A., & Al-Ghamdi, M. (2019). The Impact of Logistics Service Quality, Customer Satisfaction, and Corporate Reputation on Customer Loyalty in the Saudi Arabian Logistics Industry. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 12(3), 636-648.
- Andini, E. C., Istanto, Y., & Ibrahim, I. (2022). Pengaruh Mobile Shopping Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Mobile Site Tokopedia di Kota Yogyakarta. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(2), 239-250.
- Azim, M., Awan, M. A., & Shah, M. N. (2017). The Effect of Logistics service Quality on Customer Satisfaction: A case study of Pakistan. *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(3), 17-26.
- Busra, W., & Dahmiri, D. (2022). Pengaruh Brand Equity Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Retail Pt Campina Ice Cream Industry Tbk-JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(2), 464-476.
- Dirwan, D., & Themba, O. S. (2022). Keputusan Pembelian dari Aspek Desain Website, Kepercayaan, Keamanan dan Kemudahan. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1305-1314.

- Dirwan, D. (2022). Effect of Promotion, Positioning and Brand Image on Samsung Smartphone Purchase Decisions. *Point of view research management*, 3(1), 14-29.
- Fatimah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Shariah Compliance, Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah. IAIN SALATIGA.
- FIRMAN, A., PUTRA, A. H. P. K., MUSTAPA, Z., ILYAS, G. B., & KARIM, K. (2020). Re-conceptualization of Business Model for Marketing Nowadays: Theory and Implications. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(7), 279-291.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Hassan, M., Awan, M. A., & Shah, M. N. (2018). The Impact of Customer Loyalty on Customer Satisfaction in The Logistics Industry. *Journal of Business Studies Quarterly*, 9(1), 1-10.
- Herwin, H., & Abadi, F. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Reputasi Vendor terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 353-364.
- Japarianto, E. (2018). Pengaruh logistics service quality terhadap customer retention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening pada industri ekspedisi laut di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25-32.
- Latief, F. ., Hamzah, F. F. ., & Nurhadi. (2023). Planning Strategy for Managing Migration Flows at the City and District Levels in South Sulawesi . *Migration Letters*, 20(5), 1323–1328. <https://doi.org/10.59670/ml.v20i5.5888>.
- Latief, F. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Catering Rumahan di Makassar Melalui Promosi di Instagram, Harga dan Ragam Menu. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1095-1105.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537-553.
- Sonaria, M., Militina, T., & Utary, A. R. (2019). Pengaruh service quality, citra merek dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan toyota auto 2000 di kota samarinda. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 4(1).