



Penengaruh *Logistics Quality* Terhadap Loyalitas dengan Keputusan Pelanggan
Sebagai Variabel *Intervening* Pada Jasa *Freight Forwarding*
Divisi *Sea Freight* Di PT HRW

Istmu Adzan^{1✉}, M. Ardhya Bisma², Reza Fayaqun³

Universitas Logistik dan Bisnis International

Email: Istmuharwangsa@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Partial Least Square suatu teknik prediktif yang bisa menangani banyak variabel independen, bahkan sekalipun terjadi multikolinieritas diantara variabel- variabel tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan tertulis dan terstruktur yang ekstensif untuk mengumpulkan data. Untuk mendapatkan informasi dari narasumber. Hasil dari kuesioner tersebut akan di olah menggunakan metode PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini adalah H1: logistic service quality berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian H2: tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan H3: logistic service quality tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Serta logistic service quality dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Diketahui bahwa logistic service quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari nilai path coefficient 0.569. 2) Diketahui bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari nilai path coefficient 0.780. 3) Diketahui bahwa logistic service quality tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari nilai path coefficient -0.189. 4) Diketahui bahwa logistic service quality dan kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dilihat pada tabel path coefficient.

Kata Kunci: *Logistics Service, Loyalitas, Kepuasan*

Abstract

Partial Least Square is a predictive technique that can handle many independent variables, even if there is multicollinearity between them. In this study, the authors used questionnaires containing extensive written and structured statements to collect data. To get information from sources. The questionnaire in this study was designed to determine how logistics service quality on customer loyalty affects customer satisfaction outcomes. The results of this study are H1: logistic service quality has a significant positive effect on customer satisfaction. Then H2: does not have a significant effect on customer loyalty and H3: logistics service quality does not significantly affect customer loyalty. As well as logistic service quality and customer satisfaction do not significantly affect customer loyalty it can be concluded that:

- 1) It is known that logistics service quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction can be seen from the path coefficient value of 0.569.
- 2) It is known that customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty seen from the path coefficient value of 0.780.
- 3) It is known that logistic service quality does not have a significant effect on customer loyalty judging from the path coefficient value of -0.189.
- 4) It is known that logistic service quality and customer satisfaction do not have a significant influence on customer loyalty as seen in the path coefficient table

Keywords: *Logistics Service, Loyalty, Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis semakin cepat yang sangat tinggi dan banyak perusahaan yang menyediakan layanan pengiriman barang, persaingan menjadi sangat ketat. Perebutan untuk memberikan layanan terbaik telah menyebabkan perlunya perencanaan strategis untuk tampil ke depan. Indonesia adalah rumah bagi banyak perusahaan ini, semuanya berlomba-lomba untuk menjadi yang teratas. Masing-masing menawarkan layanan yang berbeda, jelas bahwa kegiatan ekspor merupakan faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Perusahaan jasa ini, untuk menjadi pilihan utama pelanggan mereka, memerlukan penggunaan taktik pemasaran yang unik.

Penelitian ini berfokus pada sebuah perusahaan *freight forwarding* yaitu PT HRW yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspor barang. PT HRW berlokasi di Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2008. Untuk memperluas jaringannya, perusahaan telah membuka cabang di Surabaya dan Balikpapan di Indonesia. Perusahaan memiliki 12 kepala traktor atau container *head* dan 30 *chasis container*. Perusahaan berfokus pada barang-barang yang mudah rusak yang memerlukan penanganan khusus, seperti hasil laut, hasil perkebunan dan pertanian. PT HRW memiliki lebih dari seribu pelanggan.

Ketika perusahaan jasa pengiriman barang bekerja untuk meningkatkan *logistic service quality* mereka, pelanggan menjadi lebih cerdas dalam harapan mereka akan

layanan yang unggul. Memenuhi harapan ini meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan reputasinya. *Logistic service quality* tidak dapat diremehkan, karena memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan memenuhi permintaan konsumen. Menariknya, kualitas layanan karyawan memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan dan berkontribusi pada kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Sehingga *logistic service quality* pada perusahaan harus diperhatikan untuk memberikan ketertarikan kepada setiap konsumen.

Selain itu menggunakan loyalitas sebagai ukuran dapat menjadi strategi yang efektif untuk membujuk pelanggan agar memanfaatkan fasilitas dan penawaran, dengan harapan bahwa mereka akan bertahan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan untuk usaha ekspor di masa mendatang. Kemenangan perusahaan dan pemeliharaan reputasi bergantung pada loyalitas pelanggan yang sangat penting. Untuk menuai imbalan dari loyalitas pelanggan, adalah kewajiban perusahaan untuk memberikan keunggulan dalam layanan dan memenuhi persyaratan pelanggannya.

Serta menggunakan kepuasan pelanggan untuk mengacu pada bagaimana perasaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, yang kemudian dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu bisnis terletak pada terciptanya pelanggan yang puas. Manfaat yang ditawarkan ini termasuk hubungan antara perusahaan dan pelanggannya, sehingga membangun loyalitas pelanggan.

Logistics service quality merupakan penyempurnaan dari kualitas pelayanan yang bisa digunakan untuk menilai kepuasan konsumen di bidang logistik. Saat *logistics service quality* bekerja sampai akurat, maka konsumen akan puas. Konsumen yang puas akan membuat perusahaan terus maju dan berkembang. perusahaan dapat menjaga konsumen yang setia dan akan terus menggunakan jasa perusahaan sehingga penggunaan jasa akan semakin meningkat (Japarianto, 2018). *Logistics Service Quality* dikemukakan sebagai usaha yang dikerjakan untuk menghadapi tuntutan kemauan konsumen akan produk atau

jasa dengan memaksimalkan distribusi yang baik, agar produk atau jasa bisa sampai ke konsumen dengan lancar dan tepat sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas. (Japarianto, 2018). Kualitas layanan logistik sudah dikenal karena peran yang penting untuk kepuasan pelanggan (Rafiq & Jaafar, 2007). Sehingga bagi penyedia jasa lebih akurat untuk meningkatkan kualitas *logistik service quality* dan berusaha untuk menjadi lebih proaktif dalam memberikan layanan yang lebih baik dalam rangka mendapatkan kepuasan pelanggan. Menurut Mentzer (2016) dimensi dimensi *logistics service quality* bukan untuk menilai kegiatan fisik tetapi juga hal-hal lain yang lebih kualitatif. Indikator Variabel logistic servicequality menurut Ho et al (2012) *Timeliness, accuracy of order,*

quality of information dan *quality of contac personel* Kepuasan konsumen merupakan ekpektasi yang dialami konsumen setelah melihat hasil yang diperoleh dengan pengorbanan yang dilakukan, (Malhotra, N,2015). Lebih luas mengenai kepuasan konsumendimana rasa yang dialami konsumen dengan membandingkan kesan yang didapat dengan harapan konsumen (Kotler, 2009).

PT HRW mengalami permasalahan yaitu retensipenjualan jasa *freight forwarding* di tahun 2021 tidak sesuai dengan targetretensi perusahaan yang sudah ditentukan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang kurang dalam menggunakanjasa pengiriman *freight forwarding* melalui PT HRW Sehingga perlu meningkatkan *logistic service quality* dalam penanganan *customer*. Berdasarkan dari latar belakang dan fenomena diatas pentingnya sebuah perusahaan menerapkan *Logistics dan Service Quality* agar terciptakepuasan konsumen, jika konsumen merasa puas maka loyalitas akan terjadi.

Maka penulis tertarik untuk menganalisis masalah yang dihadapi perusahaan dan menuangkannya dalam bentuk proposal dengan judul : "Pengaruh *Logistics Service Quality* Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Jasa *Freight Forwarding* Divisi Sea Freight Di PT HRW".

METODE PENELITIAN

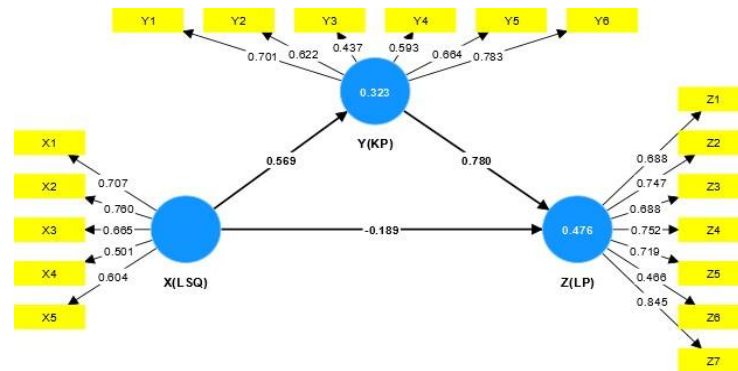
Dalam penelitian ini, populasi adalah kumpulan dari unsur- unsur yang diamati dalam penelitian. Dalam artian bahwa unsur- unsur digunakan sebagai objek pengukuran atau satuan kajian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT HRW yang pernah melakukan pemesanan dalam kurun waktu 2021, sebanyak 79. Dalam penelitian ini, tidak dilakukan sampling, sehingga data populasi sebanyak 79 pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT HRW dalam kurun waktu tahun 2021 dijadikan sebagai responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Evaluasi Outer Model Uji Pengukuran

Penelitian ini menggunakan bantuan software SmartPLS Versi 3, uji outer model (model pengukuran) digunakan untuk mengetahui validitas dan realibilitas instrument pada penelitian ini. Berikut ini diagram jalur hasil output PLS pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Jalur Hasil Output PLS

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat dilihat nilai-nilai indikator terhadap variabel laten untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel LSQ terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Untuk mengetahui hasil dari pengukuran indikatornya maka dilakukan uji validitas. Validitas merupakan ukuran sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur akan apa yang hendak diukur (Haryono,2017). Uji validitas dalam PLS menggunakan beberapa tahapan pengukuran diantaranya *convergent validity* dengan memperhatikan nilai *loading factor*, dan *discriminant validity* dengan melihat nilai *cross loading* untuk menguji validitas suatu data.

2. Convergent

Convergent validity atau validitas konvergen terjadi apabila skor yang diperoleh dari dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai nilai korelasi tinggi (Hartono, 2008). Uji validitas konvergen dalam PLS dinilai berdasarkan *loading factor* yaitu korelasi antar skor item/skor komponen dengan skor konstruk indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Menurut Wong (2017) dalam (Sumarna & Pramudita, 2020) nilai yang diharapkan supaya suatu instrumen dikatakan valid ialah dengan melihat nilai dari *outer loading* dari tiap indikator. Pada pengalaman empiris penelitian, nilai *loading factor* antara 0,5 – 0,6 masih dapat diterima untuk memenuhi syarat *convergent validity* (Haryono, 2015). Penelitian ini menggunakan nilai *loading factor* $\geq 0,5$ dengan menggunakan perhitungan algoritma pada SmartPLS 4, nilai *outer loading* yang diperoleh dari perhitungan SmartPLS dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Nilai Outer Loading Antar Indikator Sebelum Diedit

Indikator	Nilai Loading Factor			Keterangan
	LSQ (X)	KP(Z)	LP(Y)	
LSQ1	0.707			Valid
LSQ2	0.760			Valid
LSQ3	0.665			Valid
LSQ4	0.501			Valid
LSQ5	0.604			Valid
KP1		0.701		Valid
KP2		0.622		Valid
KP3		0.437		Tidak Valid
KP4		0.593		Valid
KP5		0.664		Valid
KP6		0.783		Valid
LP1			0.688	Valid
LP2			0.747	Valid
LP3			0.688	Valid
LP4			0.752	Valid
LP5			0.719	Valid
LP6			0.466	Tidak Valid
LP7			0.845	Valid

Dari tabel 1 menjelaskan nilai outer loading tiap indikator berada di atas 0,5 yang artinya bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Namun terdapat dua indikator yang tidak memenuhi kriteria atau tidak valid diakrekan berada dibawah angka 0,5 yaitu indikator KP3 dan LP6. Sehingga kedua indikator tersebut harus di hapus karena tidak mempengaruhi indikator lainnya. Kemudian penulis melampirkan kembali data outer loading yang baru setelah menghapus dua indikator pada tabel sebelumnya dan menuangkan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai Outer Loading Antar Indikator Yang Telah Di Perbaharui

Indikator	Nilai Loading Factor			Keterangan
	LSQ (X)	KP(Z)	LP(Y)	
LSQ1	0.707			Valid
LSQ2	0.760			Valid
LSQ3	0.665			Valid
LSQ4	0.501			Valid
LSQ5	0.604			Valid
KP1		0.701		Valid
KP2		0.622		Valid
KP4		0.593		Valid
KP5		0.664		Valid
KP6		0.783		Valid
LP1			0.688	Valid
LP2			0.747	Valid

Berdasarkan tabel 2 setelah menghapus dua indikator yang tidak sesuai dengan kriteria maka nilai outer loading tiap indikator berada di atas 0,5 yang artinya bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Indikator yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel logistic service quality ialah indikator LP 7 dan KP 6. Tahapan pengujian konvergen berikutnya yaitu melihat nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE digunakan untuk mengukur tingkat variansi suatu komponen konstruk yang dihimpun dari indikatornya berdasarkan penyesuaian tingkat kesalahan. Nilai AVE direkomendasikan minimal 0,5 yang menunjukkan ukuran convergent validity yang baik. Nilai AVE diperoleh dari penjumlahan kuadrat loading factor dibagi dengan error. Berikut nilai AVE yang diperoleh dengan perhitungan algoritma SmartPLS 3 pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Nilai AVE

Variabel	AVE	Keterangan
LSQ	0.427	Tidak Valid
LP	0.412	Tidak Valid
KP	0.503	Valid

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai AVE yang diperoleh oleh variabel memiliki nilai diatas 0,5 yang berarti ukuran convergent validity yang baik. Sehingga untuk kedua variabel yaitu LSQ dan KP tidak termasuk validity yang baik.

a. *Discriminant*

Discriminant validity atau validitas diskriminan merupakan validasi yang berhubungan dengan suatu prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruksinya. Menurut Ghazali dan Laten (2015) setiap berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukur maka evaluasi discriminant validity terpenuhi. Berikut perhitungan nilai cross loading antar indikator pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Nilai Cross Loading

Indikator	LSQ	KP	LP
LSQ1	0.707	0.391	0.097
LSQ2	0.760	0.454	0.29
LSQ3	0.665	0.336	0.221
LSQ4	0.501	0.278	-0.006
LSQ5	0.604	0.372	0.139
KP1	0.459	0.701	0.44
KP2	0.310	0.622	0.482
KP3	0.202	0.437	0.181
KP4	0.357	0.593	0.261
KP5	0.435	0.664	0.46
KP6	0.381	0.783	0.616
LP1	0.153	0.465	0.688
LP2	0.074	0.464	0.747
LP3	0.244	0.495	0.688
LP4	0.181	0.475	0.752
LP5	0.242	0.474	0.719
LP6	0.164	0.282	0.466
LP7	0.214	0.616	0.845

Berdasarkan tabel 4 menjelaskan bahwa korelasi konstruk indikator setiap variabel dengan indikatornya memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa validasi diskriminannya terpenuhi.

b. *Reliability*

Selain validitas, PLS juga melakukan uji reabilitas dengan tujuan mengukur konsistensi internal alat ukur. Reliabilitas menunjukkan konsistensi, akurasi, dan ketepatan alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran (Abdillah & Hartono, 2015). Uji reliabilitas dalam PLS menggunakan dua metode yaitu Cronbach's alpha dan Composite reliability.

Tabel 5. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Indikator	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
LSQ	0.664	0.689
KP	0.716	0.741
LP	0.830	0.853

Dengan menggunakan *composite reliability* bertujuan untuk menentukan apakah konstruk memiliki reabilitas tinggi atau tidak. *Rule of thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Hair dkk, 2008). Reliabilitas dapat juga dilihat melalui *cronbach's alpha*, yang digunakan untuk mengetahui keandalan suatu konstruk. Apabila nilai konstruk semakin mendekati satu maka akan semakin andal konstruk tersebut dalam melakukan pengukuran. Berdasarkan tabel 5 menerangkan bahwa *cronbach's alpha* dan *composite* memiliki nilai > 0,5 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki keandalan yang tergolong baik dan reliabilitas tinggi.

3. Evaluasi Inner Model

Model struktural PLS dievaluasi dengan menggunakan Koefisien determinasi (uji R-square) untuk konstruk dependen, nilai path coefficient untuk menguji signifikansi antar konstruk dalam model struktural, predictive relevance (Uji Q-square) dan model fit dengan menggunakan nilai *Standardized Root Mean Squared Residual* (SRMR).

Koefisien determinasi (R²) merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur tingkat *Goodness of Fit* suatu model struktural. R² digunakan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel laten independen (X) dan variabel laten dependen (Y) terhadap variabel intervening (Z). Dimana variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi sebesar 32% oleh variabel *logistic service quality*, sisanya 68% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Menurut Sarstedt dkk, (2017) mengatakan bahwa nilai R² sebesar 0,7 yaitu kategori baik,

nilai 0,33-0.7 yaitu kategori sedang dan $< 0,33$ termasuk kategori lemah. Berikut perhitungan R2 menggunakan SmartPLS 3 sebagai berikut pada tabel 6:

Tabel 6. Nilai R-square

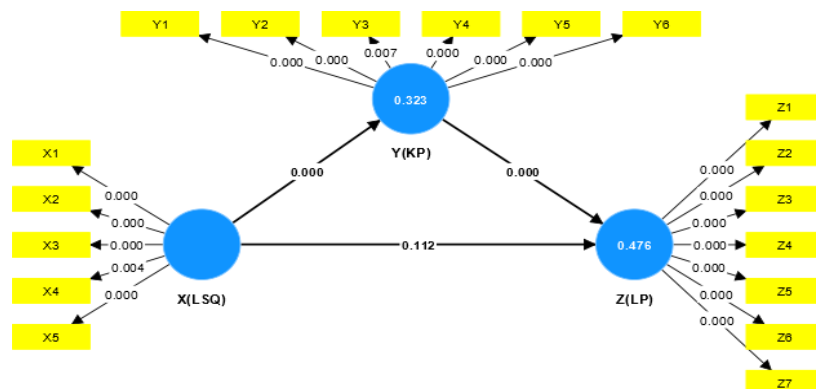
Indikator	R Square
KP	0.323
LP	0.476

Berdasarkan tabel 6 diatas nilai R-square yang diperoleh ialah 0,323 dan 0.476 dimana kategori nilai tersebut adalah kategori lemah.

4. Analisis Data

a. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji outer dan inner model yang telah dilakukan, maka model telah memenuhi syarat untuk dilakukan hipotesis. Melalui perhitungan dengan bantuan software SmartPLS 3.0 maka diperoleh model sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Jalur Bootstrapping

Uji Hipotesis yang dilakukan ialah pengujian pengaruh langsung yang akan dilakukan melalui *bootstrapping* pada *software* SmartPLS 3.0.

b. Path Coefficient

Koefisien jalur (*Path Coefficient*) merupakan evaluasi model struktural dengan melihat hubungan signifikan antar konstruk/variabel yang menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Menurut started et. Al (2017) dalam (Sumarna & Pramudita, 2020) menjelaskan apabila nilai *path coefficient* berkisar antara -1 sampai +1, dan mendekati +1 maka hubungan kedua konstruk semakin kuat dan sebaliknya. Sedangkan nilai

signifikansinya dapat dilihat dari nilainya harus lebih kecil dari 0,005. Berikut nilai koefisien *path* dijelaskan dalam tabel 7 berikut.

Tabel 7. Path Coefficient

Indikator	KP	LP	LSQ
KP		0.780	
LP			
LSQ	0.569	-0.189	

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa indikator $<0,05$ yang berarti *Logistic Service Quality* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian Kepuasan Pelanggan memimiliki penagruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dapat di simpulkan bahwa *Logistic Service Quality* tidak memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dan telah diperoleh penulis, selanjutnya peneliti akan membahas hasil uji hipotesis yang akan dikaitkan dengan kategori dengan teori serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini sehingga mampu mendukung pernyataan yang telah dibuat.

Hasil pengolahan data uji validitas dan reliabilitas yang diperoleh menyatakan data valid dan reliabel dengan jumlah responden sebanyak 79 responden dimana responden paling dominan ialah laki-laki, dengan wilayah domsili paling dominann Jawa Barat. Perhitungan validitas dilakukan dengan dua tahap yaitu pertama convergent validity dengan pengujian loading factor yang diperoleh memiliki nilai lebih besar dari 0,5 Haryono, (2015) menyatakan data valid dimana indikator LP7 dan KP 6 menjadi indikator yang berpengaruh besar dengan nilai *loading factor* 0,845 dan 0,783. Berdasarkan nilai loading factor maka diperoleh nilai AVE diatas 0,5 menunjukkan ukuran validitas konvergen yang baik. Pengukuran validitas kedua yaitu discriminant validity dengan menggunakan nilai cross loading dimana setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukurnya sehingga dinyatakan validitas diskriminan terpenuhi (Ghozali & Laten, 2015). Uji reliabilitas dilakukan dengan metode cronbach's alpha dan composite reliability berdasarkan nilai yang diperoleh berada diatas 0,7 yang berarti pengujian yang dilakukan memiliki reliabilitas tinggi (Hair dkk., 2011).

Evaluasi model struktur dengan tujuan mengetahui signifikansi hubungan antar variabel dilakukan dengan beberapa langkah yaitu: pertama koefisien determinasi (R^2), nilai R^2 yang diperoleh yaitu 0,323 dan 0,476 berarti nilai R^2 termasuk dalam kategori lemah. Maka dapat disimpulkan bahwa *logistic service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan *logistic service quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Serta *logistic service quality* dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Logistic Service Quality Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian yang dilakukan penulis dimana berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Diketahui bahwa *logistic service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari nilai *path coefficient* 0.569. Diketahui bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari nilai *path coefficient* 0.780.

Diketahui bahwa *logistic service quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari nilai *path coefficient* -0.189. Diketahui bahwa *logistic service quality* dan kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dilihat pada tabel *path coefficient*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, P. (2002). Andi Yogyakarta . *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Marketing* .
- Agyapong. (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry. *International Journal of Business and Management*, 203-210.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295,336.
- Danang, S. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: CAPS.
- Desrika, D. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero). *Cabang Tapi Bandar Padang*.
- Freddy, R. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hair, J. F. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. . *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.

- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Henseler, J. R. (2009). The use of partial least square modeling in internationalmarketing. . *New Challenges toInternational Marketing Advances in International Marketing*, 20:277- 319.
- Ho, et al. (2012). Logistic Service Quality Among Courier Services InMalaysia. *International Conference on Economics* .
- Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Elex.Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta*..
- Keller, K. d. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSIDANKUALITAS LAYANAN .
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Benyamin Molan:Penerbit PTINDEKS.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat. Muhidin, A. d. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam*