PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA JASA PENGIRIMAN PAKET "KURIR CEPAT TANJUNGPINANG" KEPULAUAN RIAU

Skripsi

Diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

NUR SYIFA FADHILAH

NIM. 211754

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU

2025

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Nur Syifa Fadhilah
NIM	:	211754
Prodi	:	Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini terdapat plagiasi, baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Bintan, 23 Juni 2025
Yang menyatakan

Nur Syifa Fadhilah
NIM. 211754

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau
Nama	:	Nur Syifa Fadhilah
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syariah
NIM	:	211754
Telah dimunaqasyahkan pada	:	Kamis, 17 Juli 2025
Nilai Munaqasyah	:	

Dan dinyatakan telah diterima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Sella Kurnia Sari, M.Sc
NIDN. 2022119101

Sekretaris

Hanafi Yunus, Lc., M.H.I
NIDN. 2009117902

Penguji I

Firdaus, S.H.I., M.H
NIDN. 2101079003

Penguji II

Sudanto, S.E., M.M
NIDN. 2115046201

Bintan, Juli 2025
STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
Ketua,

Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag.
NIP. 197503242006041005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	:	Nur Syifa Fadhilah
NIM	:	211754
Program studi	:	Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk dilanjutkan pada sidang Munaqasyah. Diharapkan semoga skripsi tersebut sudah dapat diterima dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bintan, 23 Juni 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Kamaruzaman, M.M	Juni Aziwantoro, S.E., M.M
NIDN. 1008118302	NIDN. 1018067801

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah
STAIN Sultan Abdurrahman
Kepulauan Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauau Riau**.

Yang ditulis oleh:

Nama	:	Nur Syifa Fadhilah
NIM	:	211754
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada program studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau untuk diujikan dalam rangka untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bintan, 23 Juni 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Kamaruzaman, M.M	Juni Aziwantoro, S.E., M.M
NIDN. 1008118302	NIDN. 1018067801

ABSTRAK

Nur Syifa Fadhilah, 2025, 211754 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau. Prodi Manajemen Bisnis Syariah, STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya mempertahankan loyalitas konsumen dalam industri jasa pengiriman yang kompetitif. Kurir Cepat Tanjungpinang sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman lokal memerlukan strategi pelayanan yang efektif dan terpercaya untuk meningkatkan loyalitas konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman Kurir Cepat Tanjungpinang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa Kurir Cepat Tanjungpinang, dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Analisis instrumen meliputi analisis validitas dan reliabilitas. Hasil analisis validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan terbukti valid, sedangkan hasil analisis reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien reliabilitas > 0.70, sehingga dinyatakan reliabel. Analisis data meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa dengan nilai signifikansi 0.001 < 0.05 dan nilai t hitung 3.444 > t tabel 1.993. (2) Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa dengan nilai signifikansi 0.015 < 0.05 dan t hitung 2.708 > t tabel. (3) Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa dengan nilai F hitung sebesar 41.921 > F tabel 3.12 dan signifikansi 0.000 < 0.05. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.537, artinya 53.7% loyalitas pengguna jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan, sedangkan 46.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Loyalitas, Jasa Pengiriman.

ABSTRACT

Nur Syifa Fadhilah, 2025, 211754 *The Influence of Service Quality and Trust on Customer Loyalty of Package Delivery Services at "Kurir Cepat Tanjungpinang" Riau Islands, Sharia Business Management Study Program, STAIN Sultan Abdurrahman Riau Island.*

The background of this research lies in the importance of maintaining customer loyalty in the competitive courier service industry. Kurir Cepat Tanjungpinang, as one of the local delivery service providers, needs effective and trustworthy service strategies to increase its customer loyalty. This study aims to determine the effect of service quality and trust on the loyalty of users of Kurir Cepat Tanjungpinang's delivery services. This is a quantitative study.

The population in this research consisted of all customers of Kurir Cepat Tanjungpinang, with a sample size of 75 respondents. Data were collected using a questionnaire. Instrument analysis included validity and reliability tests. The results showed that all statement items were valid, and each variable had a reliability coefficient above 0.70, indicating that the instruments were reliable. Data analysis included descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2).

The results showed that: (1) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, with a significance value of 0.001 < 0.05 and t-count of 3.444 > t-table of 1.993. (2) Trust also has a positive and significant effect on customer loyalty, with a significance value of 0.015 < 0.05 and t-count of 2.708 > t-table. (3) Simultaneously, service quality and trust significantly influence customer loyalty, with an F-count value of 41.921 > F-table of 3.12 and a significance level of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination (R^2) is 0.537, meaning that 53.7% of customer loyalty is influenced by service quality and trust, while the remaining 46.3% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Trust, Customer Loyalty, Courier Service.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يْ...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وْ...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ىِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk *ta'marbutah* ada dua, yaitu:

1. *Ta'marbutah* hidup

   Ta'marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan *dammah*, transliterasinya adalah "t".

2. *Ta'marbutah* mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta'marbutah* itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

E. *Syaddah* (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis haturkan bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi untuk memenuhi syarat kelulusan program studi S1 Manajemen Bisnis Syariah di STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau dengan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau.**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai kesulitan. Namun, berkat pertolongan Allah SWT serta dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran serta ketekunan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag selaku Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
3. Bapak Aris Bintania, M.Ag selaku Wakil Ketua I STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
4. Bapak Dr. Drs. Almahfuz, M.Si selaku Wakil Ketua II STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
5. Bapak Rahmad Budi Harto, M.M selaku Wakil Ketua III STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
6. Bapak Kamaruzaman, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran serta memberikan arahan, nasehat dan bimbingan pada penyelesaian skripsi ini.

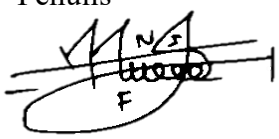
7. Bapak Juni Aziwantoro, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberi arahan, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
8. Ibu Aulia Rahman, M.E.I selaku Penasehat Akademik yang selalu mendidik, membantu dan membimbing penulis selama perkuliahan.
9. Seluruh Dosen yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selama ini telah mengajar materi dengan ikhlas sehingga penulis banyak mendapatkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
10. Kepada kak Diana dan bang Riko selaku owner Kurir Cepat Tanjungpinang, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Kurir Cepat Tanjungpinang hingga tuntas.
11. Kepada orang tua (ayahanda Ripai dan Ibunda Afiyah) serta adik-adik dari penulis (Fauzan, Arfan dan Zahwan) yang telah memberikan doa di setiap sholatnya, memberikan kasih sayang yang tak terhingga disetiap waktunya sehingga membuat penulis mampu menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
12. Kepada Anuar Hidayat tersayang sebagai partner spesial penulis, terimakasih telah menjadi sosok teman dalam segala hal, yang menemani meluangkan waktunya mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal menyerah.
13. Kepada teman tercinta Nurdiana, Dewi Alynda, Masayu Feggy dan Bunga yang selalu menemani dan turut serta membantu penulis dalam setiap proses pembuatan skripsi ini, terimakasih penulis ucapkan untuk segala bantuan dan dukungannya.
14. Kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 3 tahun 2021.

Penulis tidak dapat membalas apa yang telah mereka berikan, semoga Allah SWT memberikan balasan dan mencatat semua itu sebagai amal perbuatan yang mendapat pahala disisi-Nya.

Disamping itu pula, penulis sadari apa yang telah penulis kerjakan ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap akan ada penelitian selanjutnya yang lebih baik, sehingga dapat memperkaya khazanah keilmuan. Semoga karya ini bermanfaat, khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi masyarakat. Aamiin...

Bintan, 23 Juni 2025

Penulis



Nur Syifa Fadhilah

NIM. 211754

MOTTO

فَاِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۙ ﴿٥﴾ اِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۗ ﴿٦﴾

"Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"

– Qs. Al Insyirah (94): 5 & 6 –

"Kesuksesanmu tidak bergantung pada kondisi luar, melainkan diatur dari dalam dirimu sendiri" – *Unknown* –

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillahi Rabbil 'Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk cinta pertama dan panutanku ayahanda Akhmad Ripai. beliau memang tidak sempat merasakan wisuda diperkuliahan karena hanya sampai di Madrasah Aliyah saja. Namun beliau bekerja keras serta mendidik penulis dengan sangat keras tentang agama, memberi motivasi, memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana.

Kedua, untuk pintu surgaku ibunda Nur Afiyah. Terimakasih atas doa yang selalu dilangitkan di setiap sholatmu, penulis percaya penulis bisa sampai dititik ini atas doa dan dukungan darimu sehingga penulis mampu menyelesaikan studi penulis sampai selesai.

Ketiga, untuk adikku tersayang Ahmad Farras Fauzan, Arfan Falah Fathin. W dan M. Zahwan Al Hafizh. Mereka semua telah memberikan motivasi, semangat untuk penulis walaupun mereka adalah musuh terbesarku, adikku juga tujuan utamaku untuk menyelesaikan skripi ini, karna merekalah tanggung jawabku untuk mendidik dan menjaga mereka, terimakasih atas dukungan semangat kalian dalam keberhasilanku.

Keempat, terimakasih kepada diriku sendiri Nur Syifa Fadhilah seorang anak sulung berusia 22 tahun yang keras kepala namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terimakasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan dirimu sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Mari tetap semangat dalam mengejar apa yang menjadi harapan dan keinginan dimasa yang akan datang. Semoga Allah selalu meridhoi setiap langkahmu dan selalu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Dan yang terakhir, saya persembahkan kepada almamater saya Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL……i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii
PENGESAHAN SKRIPSI iii
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING iv
NOTA DINAS PEMBIMBING v
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN viii
KATA PENGANTAR xv
MOTTO xviii
KATA PERSEMBAHAN xix
DAFTAR ISI xx
DAFTAR GAMBAR xxii
DAFTAR TABEL xxiii

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pembatasan Masalah 6
C. Rumusan Masalah 7
D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian 7
E. Kajian Terdahulu 9
F. Kerangka Teori 14
G. Sistematika Pembahasan 15

BAB II KONSEP TEORITIS DAN OPERASIONAL VARIABEL 17
A. Kerangka Teori 17
1. Perilaku Konsumen 17
2. Loyalitas Konsumen 18
3. Kualitas Pelayanan 24
4. Kepercayaan 40
5. Pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Variabel Y 44
B. Asumsi dan Hipotesis 45

C. Operasional Variabel 46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 50
A. Desain Penelitian 50
1. Jenis Penelitian 50
2. Lokasi dan Waktu Penelitian 51
3. Subjek dan Objek Penelitian 51
B. Populasi dan Sampel 52
C. Teknik Pengumpulan Data 54
D. Teknik Analisis Data 56

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 64
A. Tinjauan Umum Lokasi 64
1. Gambaran Umum Kota Tanjungpinang 64
2. Profil Kurir Cepat Tanjungpinang 65
B. Penyajian Data 68
1. Karakteristik Responden 68
2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian 72
3. Uji Instrumen 83
4. Uji Asumsi Klasik 86
5. Uji Hipotesis 89
C. Analisis Data Penelitian 94
1. Tingkat Variabel X1, X2 dan Y 95
2. Pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 Terhadap Variabel Y 104

BAB V PENUTUP 112
A. Kesimpulan 112
B. Saran 113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Konsumen 4
Gambar 1.2 Kerangka Teori..... 14
Gambar 4.1 Peta Kota Tanjungpinang.....64
Gambar 4. 2 Struktur Kurir Cepat Tanjungpinang 67
Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot..... 87
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas 88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel 46
Tabel 3.1 Skala Pengukuran 54
Tabel 3.2 Indikator Variabel 55
Tabel 3.3 Tafsiran Nilai Rata-Rata 58
Tabel 4.1 Daftar Kecamatan Kota Tanjungpinang 65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal 70
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 71
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi 71
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel X1 72
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Total Variabel X1 76
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel X2 77
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Total Variabel X2 80
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Y 80
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Total Variabel Y 82
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) 83
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X2) 84
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y) 84
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas 85
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov 86
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas 88
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas 89
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 90
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi 91
Tabel 4.23 Hasil Uji t (Parsial) 93
Tabel 4.24 Hasil Uji F (Simultan) 94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kebutuhan akan jasa pengiriman. Perkembangan teknologi dan maraknya bisnis *e-commerce* membuat konsumen semakin mengutamakan layanan yang cepat, praktis, aman, dan efisien dalam pengiriman barang. Kemudahan akses terhadap berbagai *platform* belanja daring mendorong peningkatan permintaan terhadap layanan logistik yang andal dan terus berinovasi untuk memberikan layanan yang lebih, baik dari segi kecepatan, keamanan, maupun kenyamanan dalam proses pengiriman.[1]

Industri logistik di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya digitalisasi dan pertumbuhan sektor *e-commerce*. Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) memperkirakan industri ini akan tumbuh antara 5-8% tahun ini, didorong oleh semakin banyaknya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengadopsi teknologi digital. Kenaikan aktivitas perdagangan elektronik serta ekspansi bisnis daring turut mendorong lonjakan permintaan terhadap layanan pengiriman pengiriman yang profesional dan terpercaya.[2]

---

[1] Nenny Rosmawarni and others, *E-COMMERCE* (Yogyakarta: PT Penamuda Media, 2024), 38.
[2] Redaksi, 'Survei Populix: 88% Gen Z Indonesia Menggunakan Layanan Pengiriman Untuk Berbelanja Online', *CSR Indonesia*, 2023 [accessed 4 February 2025].

Persaingan dalam industri ini semakin ketat, perusahaan harus terus meningkatkan daya saing dengan menghadirkan layanan berkualitas tinggi yang mampu memenuhi harapan konsumen. Loyalitas konsumen menjadi faktor utama dalam mempertahankan eksistensi dan pertumbuhan bisnis. Layanan yang tidak diterima dengan baik akan kehilangan daya tarik di pasar, seberapa pun canggih sistem operasionalnya.[3]

Dalam beberapa tahun terakhir, industri jasa pengiriman mengalami transformasi seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Konsumen kini semakin bergantung pada layanan pengiriman, baik untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis. Perusahaan pengiriman berskala nasional seperti JNE, J&T, TIKI, SiCepat, Gojek, Grab, dan Shopeefood telah mendominasi pasar dengan menawarkan jaringan luas, sistem pelacakan canggih, dan manajemen modern.[4]

Namun demikian, kurir lokal tetap memiliki peran penting, terutama di daerah yang belum sepenuhnya terlayani secara efektif oleh perusahaan besar. Di Kota Tanjungpinang terdapat beberapa jasa kurir lokal yang beroperasi dan melayani masyarakat seperti Joki Courier, Kurir Berkah, Kurir Cepat Tanjungpinang dan beberapa usaha jasa pengiriman lainnya. Meskipun berskala kecil, mereka mampu menawarkan fleksibilitas waktu dan kedekatan sosial dengan konsumen, yang menjadi nilai tambah tersendiri di pasar lokal.[5]

---

[3] I Wayan Gde Wiryawan, 'Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E- Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)', *Jurnal Ilmu Hukum : Fakultas Hukum & Ilmu Sosial UNDIKNAS*, 4.2 (2021), 187–202.
[4] Wiryawan.
[5] Hasil observasi penulis melalui survei kepada pengguna kurir lokal di Tanjungpinang, Januari 2025.

Salah satu penyedia layanan pengiriman lokal yang berkembang di wilayah ini adalah Kurir Cepat Tanjungpinang, yang didirikan pada 20 Oktober 2023. Perusahaan ini telah terdaftar secara legal dengan Nomor Induk Berusaha (NIB): 2506250079761, dan beralamat di Perum Sri Andana Residence Blok F. 8, Batu IX, Kec. Tanjungpinang Timur, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau. Layanan operasionalnya mencakup wilayah Tanjungpinang, Kijang, Tanjung Uban, hingga layanan antar pulau.

Adapun alasan peneliti memilih Kurir Cepat Tanjungpinang sebagai objek penelitian adalah karena perusahaan ini memiliki beberapa keunggulan dibanding kurir lokal lainnya, di antaranya adalah jumlah karyawan yang lebih banyak, sistem kerja yang lebih terorganisir, serta keterbukaan pihak manajemen terhadap kegiatan penelitian akademik. Hal ini menjadi penting karena tidak semua penyedia jasa lokal bersedia memberikan akses kepada peneliti untuk melakukan observasi dan pengumpulan data secara langsung.

Tarif pengiriman Kurir Cepat Tanjungpinang tergolong kompetitif, dengan biaya pengantaran makanan mulai dari Rp. 10.000,- tergantung jarak lokasi pengantaran. Layanan yang paling sering digunakan oleh konsumen adalah jasa antar makanan karena dinilai cepat, praktis, dan bisa diandalkan. Selain itu, perusahaan juga menyediakan jasa antar dokumen, barang, jasa belanja sesuai daftar konsumen, dan jasa antar-jemput penumpang.[6]

Berikut ini adalah data mengenai jumlah konsumen Kurir Cepat Tanjungpinang:

[6] Hasil observasi penulis melalui survei kepada pemilik Kurir Cepat Tanjungpinang, Januari 2025.

Gambar 1.1 Data Jumlah Konsumen

Sumber: Owner Kurir Cepat Tanjungpinang (2025)

Dari data diatas dapat dilihat jumlah konsumen terus meningkat setiap bulannya dari bulan September 2024 sampai dengan Januari 2025, hal ini membuat usaha jasa pengiriman paket Kurir Cepat Tanjungpinang terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumen nya dan mempertahankan usahanya dari persaingan bisnis jasa pengiriman lainnya. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan loyalitas konsumen.

Namun demikian, Kurir Cepat Tanjungpinang juga menghadapi tantangan, terutama dalam hal keterlambatan pengiriman akibat kendala operasional, serta sistem pelacakan barang yang belum digital dan masih dilakukan secara manual melalui admin. Hal ini dapat mengurangi transparansi dan menyebabkan ketidakpuasan konsumen, yang tentunya berdampak pada kepercayaan dan loyalitas konsumen.[7]

[7] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Edition (Pearson Education, 2016), 127-134.

Kepercayaan konsumen menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas jangka panjang dalam bisnis jasa pengiriman. Menurut Morgan & Hunt (1994), kepercayaan konsumen dapat terbentuk melalui pengalaman positif yang konsisten serta reputasi penyedia layanan dalam memberikan kepuasan kepada konsumennya.[8]

Dari perspektif manajemen bisnis syariah, keberlanjutan suatu usaha tidak hanya bergantung pada keuntungan, tetapi juga pada prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan. Jasa pengiriman yang kurang transparan dalam memberikan informasi atau tidak profesional dalam menangani barang konsumen dapat mengurangi tingkat kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas mereka terhadap suatu layanan. Ketidakjelasan informasi atau keterlambatan yang tidak dikomunikasikan secara baik dapat mencederai prinsip-prinsip tersebut dan melemahkan loyalitas konsumen.[9]

Untuk mengukur kualitas pelayanan, penelitian ini menggunakan teori SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menilai lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).[10] Teori ini sudah banyak digunakan untuk menilai kualitas layanan jasa, termasuk di sektor logistik. Di sisi lain, pendekatan CARTER model dari

[8] Robert M Morgan and Shelby D Hunt, 'The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing', *Journal of Marketing*, 58 (1994), 20–38.
[9] Mega Oktaviany and others, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2024), 1-3.
[10] Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, and Leonard L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (New York: The Free Press, 1990).

Othman dan Owen (2001) yang menambahkan dimensi *compliance* (kepatuhan terhadap syariah) tetap dijadikan referensi dalam pembahasan untuk memperkuat konteks syariah.[11]

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting untuk dilakukan guna menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada Kurir Cepat Tanjungpinang. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan perusahaan dapat menyusun strategi peningkatan layanan serta mampu mempertahankan posisi mereka di tengah kompetisi bisnis jasa pengiriman di Tanjungpinang.

Dari adanya latar belakang dan permasalahan pada kalimat-kalimat yang ada diatas, maka dari nya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Pengiriman Paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau"**.

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini terfokus dan terarah, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut::

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna jasa Kurir Cepat Tanjungpinang.

[11] AbdulQawi Othman and Lynn Owen, 'The Multi Dimensionality of Carter Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House', *International Journal of Islamic Financial Services*, 3.1 (2001), 1–12.

2. Variabel bebas yang diteliti adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen.
3. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan jasa Kurir Cepat Tanjungpinang minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang didapatkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau?
2. Apakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau?

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tercantum adalah:

a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau.

b. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau.

c. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa pengiriman paket "Kurir Cepat Tanjungpinang" Kepulauan Riau.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Teoritis

Diharapkan mendapat wawasan khasanah keilmuan tambahan dalam bidang perilaku konsumen mengenai sikap loyalitas dalam memakai jasa pengiriman terutama terkait kualitas pelayanan dan kepercayaan.

b. Praktis

1) Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu memberikan pengetahuan baru mengenai perilaku konsumen terkait loyalitas konsumen serta untuk mendapatkan gelar strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

2) Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan fungsi yang nantinya akan menjadi sumber wawasan baru untuk calon peneliti berikutnya sehingga mampu dijadikan acuan penelitian oleh mahasiswa/i lainnya.

3) Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca terkait faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen, serta menjadi informasi yang berguna dalam memilih jasa pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi.

4) Bagi Kurir Cepat Tanjungpinang

Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran nyata mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap Kurir Cepat Tanjungpinang. Dengan demikian, hasil ini dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan serta strategi mempertahankan loyalitas konsumen.

5) Bagi Pemerintah Daerah dan Pemangku Kepentingan Terkait

Penelitian ini dapat memberikan gambaran bahwa keberadaan jasa pengiriman lokal seperti Kurir Cepat Tanjungpinang memiliki kontribusi terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, sehingga dapat menjadi perhatian dalam pembinaan dan pengembangan usaha logistik lokal.

E. Kajian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu yang penulis cantumkan merupakan beberapa kajian yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa kajian terdahulu yang sudah penulis ringkas:

1. Devy Aprillian Tika, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Ekspedisi Cargo Garuda”.[12]

   Hasil penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa ekspedisi Cargo Garuda. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel. Selain itu, kepercayaan pelanggan juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan berkontribusi sebesar 75,8% terhadap kepuasan pelanggan.

   Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, penelitian ini lebih menekankan pada kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian penulis berfokus pada loyalitas konsumen. Selain itu, konteks penelitian ini berfokus pada jasa ekspedisi Cargo Garuda, sedangkan penelitian penulis akan berfokus pada jasa pengiriman paket kurir cepat Tanjungpinang. Sedangkan persamaan dari penelitian yaitu

[12] Devy Aprillian Tika, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Ekspedisi Cargo Garuda’ (STIE Pembangunan Tanjungpinang, 2022).

mengkaji pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap aspek yang berkaitan dengan konsumen.

2. Almadea Fernanda Syafira, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimoderasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Jasa Ekspedisi JNE di Kota Bandung".[13]

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, tidak terdapatnya moderasi dari kepercayaan konsumen terhadap pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini, tingkat kualitaslayanan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan konsumen pada kategori sedang..

   Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada konteks dan lokasi, penelitian Siska berfokus pada jasa JNE di Bandung, sedangkan penelitian penulis berfokus pada jasa pengiriman paket kurir cepat Tanjungpinang, yang memberikan perspektif dan tantangan yang berbeda dalam analisis. Sedangkan persamaan dari penelitian yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

3. Dwisafitri Setianingsih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Tiki di Kudus".[14]

   Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan *word of mouth* memiliki pengaruh positif terhadap

[13] Almadea Fernanda Syafira, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimoderasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Jasa Ekspedisi JNE Di Kota Bandung' (Universitas Pendidikan Indonesia, 2024).
[14] Dwisafitri Setianingsih, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Tiki Di Kudus' (IAIN Kudus, 2021).

loyalitas pengguna jasa Tiki. Secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut berkontribusi sebesar 29,1% terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan dan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Tiki cenderung akan tetap menggunakan jasa tersebut. Selain itu, *word of mouth* juga berperan penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap Tiki.

Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada variabel *word of mouth* yang diteliti oleh Dwisafitri, sedangkan penelitian penulis tidak membuat variabel *word of mouth*. Sedangkan persamaan dari penelitian yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen. Keduanya menekankan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

4. Fidyah Yuli Ernaawati, Risma Musfiyana dan Rizki Armansyach, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pengiriman J&T Express di Kabupaten Kendal".[15]

   Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express, sedangkan harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan memiliki kepercayaan

[15] Fidyah Yuli Ernawati, Risma Musfiyana, and Rizki Armansyach, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Di Kabupaten Kendal', *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 9.1 (2024), 67–78.

yang tinggi terhadap J&T Express cenderung akan tetap loyal dan menggunakan jasa mereka secara berulang. Penelitian ini menekankan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan kepercayaan yang tinggi adalah kunci untuk membangun loyalitas pelanggan dalam industri jasa pengiriman.

Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada variabel harga yang diteliti oleh Fidyah dan rekan-rekannya, di mana penelitian penulis tidak mempertimbangkan harga sebagai variabel. Sedangkan persamaan dari penelitian yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen, keduanya menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas konsumen.

5. Siti Yumna Nabilla Qatrunnada dan Cecep Hermana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya".[16]

   Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mitra Ninja Xpress di Sukamanah, Kota Tasikmalaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Ninja Xpress cenderung akan tetap loyal dan menggunakan jasa mereka secara berulang. Penelitian ini menekankan bahwa kualitas

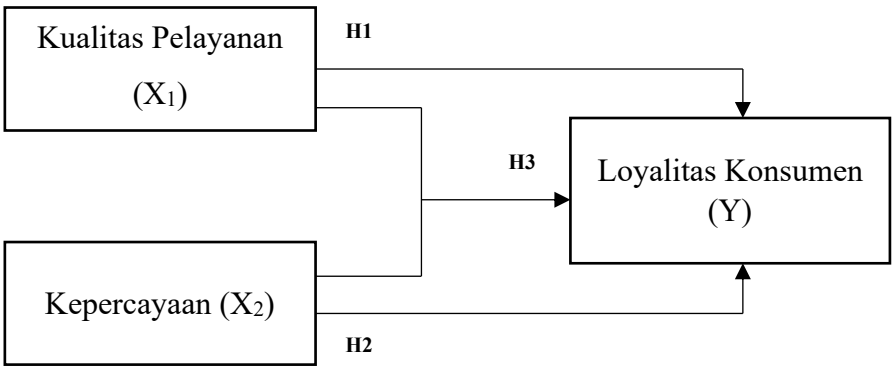
[16] Siti Yumna Nabilla Qatrunnada and Cecep Hermana, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9.1 (2023), 503–12.

pelayanan yang baik dan kepercayaan yang tinggi adalah kunci untuk membangun loyalitas pelanggan dalam industri jasa pengiriman.

Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada konteks dan lokasi, penelitian ini berfokus pada Mitra Ninja Xpress di Kota Tasikmalaya, sedangkan penelitian penulis berfokus pada jasa pengiriman paket kurir cepat Tanjungpinang, yang memberikan perspektif yang berbeda dalam analisis. Sedangkan persamaan dari penelitian yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen, keduanya menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

F. Kerangka Teori

Gambar 1.2 Kerangka Teori



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Pada kerangka teori di atas sesuai dengan judul penelitian dimana penelitian ini dilakukan dengan menyertakan dua variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2), serta satu variabel terikat yaitu Loyalitas Konsumen (Y). Kerangka teori ini mengemukakan faktor-faktor yang menjadi

fokus penelitian dan disusun dalam bentuk variabel yang dapat diukur secara empiris. Dalam hal ini, kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa baik layanan yang diberikan oleh Kurir Cepat Tanjungpinang, sedangkan kepercayaan mencerminkan keyakinan konsumen terhadap keandalan dan integritas perusahaan dalam memberikan layanan. Kedua variabel ini dihipotesiskan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen, yaitu kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan layanan kurir yang sama secara berulang.[17]

Dalam perspektif Manajemen Bisnis Syariah, keberhasilan suatu layanan tidak hanya diukur dari kepuasan konsumen, tetapi juga dari penerapan prinsip-prinsip etika Islam dalam pelayanan. Nilai-nilai seperti kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab sangat penting dalam membangun kepercayaan dan menjaga loyalitas jangka panjang.[18] Layanan yang tidak amanah atau tidak transparan akan berdampak negatif terhadap kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas konsumen.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan sebagai gambaran penelitian untuk mempermudah mengetahui pembahasan yang sangat singkat. Sistematika pada penelitian ini sebagai berikut:[19]

[17] Zeithaml, Parasuraman, and Berry.
[18] An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), 3 - 9.
[19] Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan Skripsi, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau* (Bintan: P2M STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, 2022), 16.

BAB I: Pendahuluan

Bab I berisi gambaran umum penulisan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian terdahulu, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Konsep Teoritis dan Operasional

Bab II akan difokuskan pada pemaparan berbagai konsep teoritis yang memfokuskan kepada hasil dan teori

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab III memaparkan metode penelitian yang meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik penyajian data, dan teknik analisis data.

BAB IV: Penyajian dan Analisis Data

Bab IV menyajikan hasil data yang di peroleh dari melakukan olah data dengan beberapa metode pengujian. Hasil dari olah data akan menjadi jawaban dari rumusan masalah penelitian. Penyajian data dan analisis data meliputi data-data yang diperoleh setelah penelitian yang meliputi tinjauan umum lokasi, dan hasil olah data.

BAB V: Penutup

BAB V menyajikan suatu kesimpulan dari hasil analisis data yang terdapat pada bab sebelumnya dan saran-saran agar kajian ini dapat diteliti lebih lanjut.[20]

[20] Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan Skripsi, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau* (Bintan: P2M STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, 2022), 16.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Ns. Taqwin, and others, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), XVI

Ad-Dimasyqi, Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasir, *Tafsir Ibnu Kasir Juz 8: Al-An'am 111 s.d. Al-A'raf 87* (Bandung: Sinar Baru Algesindo)

Ad-Dimasyqi, Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasiri, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 14: Al-Hijr s.d. An-Nahl 128* (Bandung: Sinar Baru Algesindo)

Ad-Dimasyqi, Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Kasiri, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 3: Al-Baqarah 253 s.d. Ali Imran 91* (Bandung: Sinar Baru Algesindo)

Agustin, Hamdi, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah* (Depok: Rajawali Press, 2017)

Anita, Yeni, 'Yeni Anita, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop : Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Dan Lazada Di Kota Pekanbaru)," (Tesis, UIN SUSKA RIAU, 2019), 42.' (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019)

Antonio, Muhammad Syafii, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001)

Arief, M, *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan* (Jakarta: Bayumedia Publishing, 2007)

Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009)

Astuti, An Ras Try, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022)

Bachri, Naufal, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* (Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2018)

Badan Pusat Statistik, *Kota Tanjungpinang Dalam Angka 2025* (Tanjungpinang: BPS Kota Tanjungpinang, 2024)

Ernawati, Fidyah Yuli, Risma Musfiyana, and Rizki Armansyach, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Di Kabupaten Kendal', *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 9.1 (2024), 67–78

Fian, Junai Al, and Tri Yuniati, 'Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5.6 (2016), 5

Firdaus, Achmad, and Hani Khairo Amalia, 'The Role of Perceived Service Quality and Islamic Financial Literacy on Customer Loyalty In NTB Syariah Bank', *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 8.1 (2024), 78–99 <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.6809>

Fitriani, Eka Laila, 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Kc Teluk Betung)' (UIN Raden Intan Lampung, 2018)

Ghozali, Imam, *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021)

Handayani, Ricka, *Manajemen Pelayanan Dalam Perspektif Islam*, *Menara* (Bogor: Bypass, 2023), XII

'HR Ahmad Dalam Musnadnya, Muttafaqun 'Alaihi, Dan Ibnu Majah Dari Ibnu Abbas Radhiya'l-Lahu 'Anhumā. Hadis Ṣahih Menurut As-Suyuthi Dalam Al-Jami'u'ṣ-Ṣaghir', II/7495

'HR Bukhari Dan Ibnu Majah Dari Jabir Bin Abdullah Radiya'l-Lahu'anhuma Hadis Ṣahih Menurut As-Suyuthi Dalam Al-Jami'u'ṣ-Ṣaghir', II/4434

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Editi (Pearson Education, 2016)

Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik* (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015)

Morgan, Robert M, and Shelby D Hunt, 'The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing', *Journal of Marketing*, 58 (1994), 20–38

Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015)

Oktaviany, Mega, Nur Syamsu, Dede Ansyari Guci, Akbar, Novi Puji Lestari, Usep Deden Suherman, and others, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Batam: CV. Rey Media Grafika, 2024)

Othman, AbdulQawi, and Lynn Owen, 'Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House', *International Journal of Islamic Financial Services*, 3.1 (2001), 1–26

———, 'The Multi Dimensionality of Carter Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House', *International Journal of Islamic Financial Services*, 3.1 (2001), 1–12

Qatrunnada, Siti Yumna Nabilla, and Cecep Hermana, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9.1 (2023), 503–12

Qs. Al-'Ankabut (29): 43

Qs. Al-A'raf (7): 26

Qs. Al-Ahzab (33): 70

Qs. Al-Baqarah (2): 267

Qs. Al-Hujurat (49): 15

Qs. Al-Qasas (28): 77

Qs. An-Nahl (16): 91

Qs. As-Syahr (7): 94

Redaksi, 'Survei Populix: 88% Gen Z Indonesia Menggunakan Layanan Pengiriman Untuk Berbelanja Online', *CSR Indonesia*, 2023 <https://csr-indonesia.com/survei-populix-88-gen-z-indonesia-menggunakan-layanan-pengiriman-untuk-berbelanja-online/> [accessed 4 February 2025]

Rosmawarni, Nenny, Muhammad Baitur Ridwan, Amaliah Khairunnisa, Yunita Fauzia Achmad, Herly Nurrahmi, Ari Wibowo, and others, *E-COMMERCE* (Yogyakarta: PT Penamuda Media, 2024)

Salma, Fitria Solahika, and Ririn Tri Ratnasari, 'Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya', *JESTT*, 2.4 (2015), 322–39

Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013)

Setianingsih, Dwisafitri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Tiki Di Kudus' (IAIN Kudus, 2021)

Skripsi, Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau* (Bintan: P2M STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, 2022)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2023)

———, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017)

Sundari, Eva, *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)* (Indramayu: Penerbit Adab, 2021)

Suryati, Lili, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012)

———, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Deepublish, 2015)

Syafira, Almadea Fernanda, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimoderasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Jasa Ekspedisi JNE Di Kota Bandung’ (Universitas Pendidikan Indonesia, 2024)

Syahrial, Murah, ‘Kualitas Pelayanan Dalam Islam (Perspektif Al-Qur’an Dan Hadist)’, *Jurnal IndraTech*, 2.2 (2018), 74–80

Tika, Devy Aprillian, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Ekspedisi Cargo Garuda’ (STIE Pembangunan Tanjungpinang, 2022)

Wiryawan, I Wayan Gde, ‘Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi E-Commerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)’, *Jurnal Ilmu Hukum : Fakultas Hukum & Ilmu Sosial UNDIKNAS*, 4.2 (2021), 187–202

Yuliardi, Ricki, and Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS* (Yogyakarta: Innosain, 2017)

Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, and Leonard L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (New York: The Free Press, 1990)

Zusrony, Edwin, *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021)