

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif. Menurut Rifa'i (2021:6) menyatakan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Jenis penelitian menurut pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei, dimana peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sulistyawati *et.al.*, (2022:68) pendekatan deskriptif kuantitatif yang artinya penelitian yang menggambarkan, mengkaji, dan menjelaskan suatu fenomena dengan data (angka) atau bersifat numerik. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Customer Relationship Management* (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Kota Padang.

3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jl. Nipah, No. 42C, Berok Nipah, Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia. Waktu penelitian ini dilakukan bulan Maret 2025 sampai selesai.

3.3. Variabel Penelitian

Dalam penelitian, istilah variabel adalah sesuatu yang tidak bisa diabaikan. Penelitian yang dilakukan dengan baik dan benar harus memiliki variabel yang tepat dan sesuai terhadap penelitian. Pada penelitian ini terdapat 3 jenis

variabel, yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi. Variabel di dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Customer Relationship Management* (X_2) sebagai variabel bebas (independen), sedangkan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat (dependen) serta variabel Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi. Variabel-variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

3.3.1. Variabel Dependen

Menurut Paramita et al., (2021:37) mengatakan bahwa variabel dependen atau variabel (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi variabel independen serta menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

3.3.2. Variabel Independen

Menurut Paramita et al., (2021:37) mengatakan bahwa variabel independen atau variabel (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik yang berpengaruh positif maupun negative serta menjadi presentasi dari fenomena yang akan digunakan. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Customer Relationship Management* (X_2).

3.3.3. Variabel Mediasi

Menurut Paramita et al., (2021:39), variabel mediasi atau variabel intervening merupakan variabel antara yang menghubungkan variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel mediasinya adalah Kepuasan Pelanggan (Z).

3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

Menurut Zulfikar et al., (2024:82) mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, penulis populasi yang dipilih adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Kota Padang.

3.4.2. Sampel

Menurut Zulfikar et al., (2024:83) mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian kelompok dari populasi yang direncanakan diteliti mengeneralisasikan Kesimpulan dari penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Hair (rule of thomb)* yaitu dengan mengalikan jumlah indikator variabel dengan ukuran sampel minimum 5-10 observasi untuk setiap parameternya yang digunakan atau *diestimasi* (Kasmir 2022:192). Perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\ &= 17 \times 10 \\ &= 170\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 170 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Menurut kasmir (2022:189) *accidental sampling* yaitu cara penentuan sampel yang dilakukan secara kebetulan dan biasanya tanpa direncanakan lebih dulu.

Tabel 3.1. Kriteria Sampel

No.	Kriteria
1.	Seluruh masyarakat yang pernah menggunakan jasa JNE di Kota Padang
2.	Seluruh masyarakat yang pernah menggunakan jasa JNE di Cabang Kota Padang minimal 1 kali
3.	Seluruh masyarakat usia diatas 17 tahun di Kota Padang

3.5. Jenis Dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sinambela (2020:28) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang tersruktur. Pada penelitian ini data kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yaitu pada masyarakat Kota Padang yang pernah menggunakan jasa JNE.

3.5.2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu sebagai berikut :

1. Data primer

Menurut Soesana *et.al.*, (2023:87) menyebutkan bahwa data primer merupakan data utama yang dikumpulkan secara langsung ke lapangan oleh peneliti dari hasil wawancara maupun hasil jawaban kuesioner responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data dari hasil pengisian kuesioner kepada pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Kota Padang.

2. Data sekunder

Menurut Soesana *et.al.*, (2023:87) menyebutkan bahwa data sekunder merupakan data atau informasi didapat dari lembaga maupun instansi dan tidak diperoleh langsung dari narasumber. Dalam penelitian ini, data sekunder didapat dari berbagai referensi jurnal, artikel maupun dari skripsi penelitian terdahulu.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, teknik pengumpulan data akan diperlukan oleh peneliti. Menurut Sahir (2021:28) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan proses dalam sebuah penelitian dan merupakan bagian yang penting. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dan menggunakan kuesioner sangat efisien, responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan guna memperoleh data mengenai kualitas pelayanan, *customer relationship management*, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pencarian informasi atau data-data dari buku-buku, jurnal-jurnal, artikel maupun hasil penelitian yang telah dilakukan para ahli sebelumnya.

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1. Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut Ester et al., (2025:41) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah perilaku pelanggan yang cenderung membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan mempertahankan Tingkat konsisten yang tinggi. Secara operasional loyalitas pelanggan merupakan wujud kesetiaan pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang ditawarkan oleh PT. JNE Cabang Kota Padang.

3.7.2. Kepuasan Pelanggan (Z)

Menurut Srisulistowati et al., dalam Yuliarrani et al., (2024:155) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca penjualan dimana alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan terjadi apabila hasilnya tidak sesuai dengan harapan. Secara operasional kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah membandingkan harapan mereka dengan pengalaman nyata terhadap produk atau pelayanan yang diberikan oleh PT. JNE Cabang Kota Padang.

3.7.3. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Kasmir (2023:49), berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan mutu layanan yang diberikan kepada pelanggan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Secara operasional kualitas pelayanan merupakan tingkat kemampuan pelayanan yang diberikan oleh PT. JNE Cabang Kota Padang.

3.7.4. *Customer Relationship Management* (X2)

Menurut Nabella et al., (2025:649) menyatakan bahwa *customer relationship management* merupakan pendekatan strategis yang diterapkan sebuah perusahaan atau organisasi untuk memahami, berinteraksi, dan mempertahankan

hubungannya dengan pelanggan. Secara operasional *customer relationship management* merupakan pendekatan strategis untuk membangun, mengelola, dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan yang diterapkan oleh PT. JNE Cabang Kota Padang.

3.8. Instrumen Penelitian

Tabel 3.2. Kisi – Kisi Instrumental

No	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Loyalitas Pelanggan	1. Adanya pembelian ulang 2. Pembelian dengan kuantitas lebih banyak 3. Adanya frekuensi kunjungan yang lebih sering 4. Pemberian rekomendasi kepada orang 5. Menunjukkan daya tahan dari pesaing	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Astuti & Amanda dalam Endang (2021:51)
2.	Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	1-2 3-4 5-6	Yuliyanto (2020)
3.	Kualitas Pelayanan	1. Bukti fisik (Tangible) 2. Keandalan (Reliability) 3. Daya tanggap (Responsiveness) 4. Jaminan (Assurance) 5. Empati (Empathy)	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Suciati (2019:20)
4.	<i>Customer Relationship Management</i>	1. Teknologi (<i>technology</i>) 2. Manusia (<i>people</i>) 3. Proses (<i>process</i>) 4. Pengetahuan dan Pemahaman (<i>knowledge and insight</i>)	1-2 3-4 5-6 7-8	Robinette dalam Maria et al., (2023:323)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran salah satunya skala likert. Menurut Simamora (2022:85) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur dan mengolah data-data berdasarkan pendapat, sikap, serta persepsi seseorang terhadap suatu objek yang sedang diteliti. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menggunakan indikator variabel yang

kemudian dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun aspek- aspek atau instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini jawaban setiap instrumen diberikan skor seperti tabel berikut :

Tabel 3.3 Skor Jawaban Setiap Pertanyaan

No	Pertanyaan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Simamora, 2022:87)

3.9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga analisis, yaitu analisis Deskriptif, analisis *Structural Equating Modelling* (SEM), dan analisis Model Persamaan *Structural* (PLS). Berikut penjelasan dari setiap teknik analisisnya:

3.9.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono dalam Sahir (2022:38) merupakan salah satu metode dalam menganalisis data dengan menggambarkan data yang sudah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Analisis deskriptif bertujuan mengidentifikasi pola atau distribusi data, mencari rata-rata, perhitungan skor total, dan tingkat capaian responden (TCR), yang biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase untuk menilai sejauh mana suatu target atau tujuan telah tercapai berdasar data. Untuk mengetahui kategori dari jawaban setiap deskriptif variabel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus tingkat capaian responden (TCR) sebagai berikut:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Dimana :

TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata – rata skor jawaban responden

N = Jumlah skor maksimum

100% = Angka tetap skor

Menurut Riduwan dalam Tjipbudi & Ndaumanu (2021:29), menyatakan bahwa klasifikasi tingkat capaian responden dibagi menjadi 5 kriteria yaitu :

Nilai TCR dari 81% - 100%	= Sangat Baik
Nilai TCR dari 61% - 80%	= Baik
Nilai TCR dari 41% - 60%	= Netral
Nilai TCR dari 21% - 40%	= Tidak Baik
Nilai TCR dari 0% - 20%	= Sangat Tidak Baik

3.9.2. Analisis Structural Equating Modeling (SEM)

Menurut Rahadi (2023:1) *structural equating modeling* (SEM) merupakan metode konfirmasi yang memberikan sarana komprehensif untuk menilai dan memodifikasi model pengukuran serta model struktural. Penggunaan metode ini memungkinkan peneliti untuk secara bersamaan memodelkan dan memperkirakan hubungan yang kompleks diantara variabel dependen dan independen.

Structural Equating Modeling (SEM) terbagi menjadi dua jenis yaitu *Covariance-Based Structural equating modeling* (CB-SEM) dan *Partial Least Squares Structural Equating Modelling* (PLS-SEM). CB-SEM digunakan untuk

mengonfirmasi atau menolak teori dan hipotesis dengan menentukan seberapa dekat model teoritis yang diusulkan dapat memproduksi matriks kovariansi untuk kumpulan data yang diamati, sedangkan PLS-SEM digunakan untuk pengembangan dan prediksi dari teori untuk melihat hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model PLS-SEM yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi pada variabel kualitas pelayanan dan *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada PT. JNE Cabang Kota Padang.

3.9.3. Analisis Partial Least Square (PLS)

Menurut Jogiyanto & Abdillah dalam Evi & Rachbini (2022:2) menyatakan analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan anatara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Teknik analisis menggunakan PLS dilakukan dengan dua tahap yaitu *outer model* dan *inner model* yang dijelaskan sebagai berikut :

3.9.3.1. Outer Model (Model Pengukuran)

Menurut Ghazali & Latan (2020:67) *outer model* atau model pengukuran menggambarkan bagaimana hubungan setiap blok indikator dengan variabel latennya. Dalam melakukan evaluasi *outer model* dapat dilakukan dengan pengukuran nilai berdasarkan reabilitas, validitas. Dalam model pengukuran ini terdapat tiga jenis pengukuran nilai yaitu sebagai berikut:

1. Convergen Validity

Menurut Ghazali dan Latan didalam Dewi et al., (2022:316) menyatakan bahwa pengujian *convergent validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *loading* faktor untuk setiap indikator konstruk, serta dengan nilai *loading* faktor yang diharapkan adalah $> 0,7$. Selain itu didalam buku yang ditulis oleh Anwar & Hamid

(2019:42) Ghozali dan Latan menyatakan bahwa *Average Variance Extracted* (AVE) haruslah memiliki nilai sebesar $> 0,5$. AVE disini dapat digunakan untuk menilai tingkat variasi dari suatu komponen konstruk yang didapat dari indikatornya dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4. Kriteria Pengujian Validitas Konvergen

Uji Validitas	Kriteria Pengujian	Sumber
<i>Convergen Validity</i>	Loading Factor $> 0,7$	Ghozali & Latan dalam Dewi et al., (2022:316)
	AVE $> 0,5$	

2. *Discriminant Validity*

Menurut Hair *et.al.*, dalam Rahajeng (2021:52) mengatakan bahwa definisi dari *discriminant validity* berupa sejauh mana suatu konstruksi dinyatakan berbeda secara signifikan dari konstruksi lain dengan menggunakan standar empiris artinya validitas diskriminan mengindikasikan bahwa konstruksi tersebut memiliki keunikan dan menangkap fenomena yang tidak diwakili oleh konstruksi lain. Menurut Hair et al., dalam Rahejang (2021:52) *Cross loading* merupakan sebuah pendekatan yang dianggap validitas diskriminan dari indikator harus memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada pembebanan silang dengan konstruksi lainnya. Sedangkan pengukuran validitas diskriminan yang kedua adalah dengan melihat nilai *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Menurut Octavia & Suriawinata dalam Asteria et al., (2021:50) mengatakan bahwa HTMT dilihat dengan menilai konstruk yang berbeda (keterkaitan *heterotrait – heteroethod*), dengan mean geometris dari keterkaitan antara indikator yang mengukur konstruk yang sama dengan nilai HTMT yang valid untuk mengukur validitas diskriminan antar konstruk adalah kurang dari 0.90. Untuk lebih menjelaskannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.5. Kriteria Pengujian Validitas Diskriminan

Uji Validitas	Kriteria Pengujian	Sumber
<i>Discriminant Validity</i>	Konstruksi yang serupa secara konseptual = HTMT < 0.90. Konstruksi yang berbeda secara konseptual = HTMT 0,85	Octavia & Suriawinata dalam Asteria et al., (2021:50)

3. *Reliability Composite*

Menurut Matra et al., (2025:78) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi apabila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Untuk melakukan pengukuran pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai pada *composit reliability* dan *Cronbac's alpha*. Dengan ketentuan nilai *Cronbac's alpha* $\geq 0,7$, nilai $\rho_A \geq 0,7$, nilai *composit reliability* yang berada $\geq 0,6-0,7$ dapat diartikan diterima (aacceptable) dan nilai $\geq 0,70$ dapat dikategorikan memuaskan (*satisfied*). Untuk lebih menjelaskan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.6. Kriteria Pengujian Validitas Reliabilitas

Uji Reliabilitas	Kriteria Pengujian	Sumber
<i>Cronbach's Alpha</i>	Jika nilainya > 0,70 maka dikategorikan memuaskan	Matra et al., (2025:78)
<i>Composite Reliability (rho_c)</i>	Jika nilainya 0,6-0,7 maka dikategorikan diterima	
	Jika nilainya < 0,6 maka dikategorikan rendah	

3.9.3.2. *Inner Model (Model Structural)*

Menurut Ghazali dan Latan (2020:73) inner model merupakan sebuah model structural yang menggambarkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibangun berdasarkan substansi teori. Dalam melakukan pengukuran inner model dilakukan dengan empat tahap yaitu :

1. *Indicator Collinearity*

Menurut Hair et al., (2021:117) menjelaskan kolinearitas terjadi ketika dua atau lebih indikator dalam model pengukuran formatif sangat berkorelasi. Korelasi merupakan kondisi dimana dua atau lebih variabel independen dalam suatu model pengukuran regresi memiliki hubungan yang sangat tinggi yang menyebabkan masalah dalam menafsirkan koefisien regresi serta mampu mengurangi keandalan model. Matriks standar untuk menilai kolinearitas adalah *variance inflation factor* (VIF) yang dimana dinyatakan tidak memiliki masalah ketika nilai $VIF < 3$.

2. *Coeffisien of Determinan (R^2)*

Menurut Hair et al., (2021:118) koefisien determinan (R^2) merupakan ukuran proporsi varian variabel independen yang dijelaskan oleh prediktornya dengan variasi nilai antara 0 dan 1. Apabila model regresi yang diterapkan dengan benar, maka dapat diartikan bahwa semakin besar nilai koefisiennya maka semakin kuat persamaan regresi serta prediksi variabel dependen juga semakin baik. Sedangkan untuk kategori yang digunakan dalam nilai R^2 yaitu : 0,75 (substansial), 0,50 (sedang), dan 0,25 (lemah).

3. *Effect Size (f^2)*

Menurut Hair et al., dalam Adetya & Andriyani (2024:10) mengatakan bahwa *effect size* mencerminkan perubahan dalam nilai R Ketika menghapus satu konstruk eksogen tertentu dalam model. Metrik ini digunakan untuk menentukan apakah penghapusan konstruk akan berdampak signifikan terhadap konstruk endogen. Selain untuk menghitung nilai ini, setiap konstruk prediktor dihilangkan dari model dengan ketentuan untuk menilai f^2 yaitu nilai 0,02-0,14 (efek kecil), nilai 0,15-0,34 (efek sedang), nilai $> 0,35$ (efek besar).

4. *Predictive Relevance* (Q^2)

Menurut Hair et al., dalam Adetya & Andriyani (2024:10) mengatakan bahwa *Predictive Relevance* merupakan suatu uji yang dilakukan dalam menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan menggunakan prosedur blindfolding dengan melihat pada nilai Q^2 . Ketentuan dalam *Q-square* adalah jika $Q^2 > 0$ berarti prediktif relevan dan jika $Q^2 < 0$ berarti kurang prediktif relevan. Sedangkan jika $0.25 > Q^2 < 0,50$ itu menunjukkan revelansi prediktif sedang.

3.10. Uji Hipotesis

Menurut Arikunto dalam Mulyani (2021:23) dalam penjelasannya menekankan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Menurut Ghozali dan Latan (2020:147), uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T-Statistik dibandingkan dengan nilai T-tabel = 1,96 pada tingkat signifikan p value = 0,05. Apabila nilai T-statistik > T-tabel, maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen. Berikut hipotesis dalam penelitian ini :

Tabel 3.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan
H1	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.
H2	<i>Customer Relationship Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.
H3	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.

H4	<i>Customer Relationship Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.
H5	Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.
H6	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.
H7	<i>Customer Relationship Management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Padang.