

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE EXPRESS GUNUNGSITOLI

*by* Harefa Listi Nurmei Delima

---

**Submission date:** 10-Nov-2023 10:25PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2224467718

**File name:** LISTI\_NURMEI\_DELIMA\_HAREFA-2.docx (86.98K)

**Word count:** 9576

**Character count:** 57767

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN JNE EXPRESS GUNUNGSITOLI**

**SKRIPSI**



Oleh :

LISTI NURMEI DELIMA HAREFA

NIM.2319301

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NIAS  
2023**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi internet yang semakin pesat memberikan dampak yang signifikan terhadap dunia usaha. menggunakan internet tidak hanya membantu bisnis menyediakan barang dan jasa dengan lebih mudah, namun juga membantu konsumen membeli produk dengan mudah. Hal ini menyebabkan meningkatnya permintaan akan transportasi barang secara cepat. Menyebabkan bisnis *online* sangat bergantung pada perusahaan jasa pengiriman untuk mendistribusikan barang dengan cepat dan tepat. Persaingan dalam industri jasa pengiriman saat ini semakin ketat, artinya setiap perusahaan yang bergerak di bidang ini harus memberikan layanan yang berkualitas untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan industri. Menurut kotler (Laksana, 2018:85), Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada hakikatnya belum terealisasi dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kemajuan yang pesat dalam bidang ini senantiasa menuntut perubahan dalam segala bidang penyediaan pelayanan yang berhubungan dengan data, informasi dan teknologi dalam bidang penyediaan jasa menuntut tersedianya pemenuhan kebutuhan akan kecepatan pelayanan jasa, informasi, barang dan dokumen. Salah satu kebutuhan hidup yang tak kalah penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jalur darat jumlahnya cukup banyak dari berskala kecil sampai perusahaan menjadi pelanggan loyal dan klien perusahaan.

Penyedia layanan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Layanan ini disediakan oleh berbagai perusahaan pengiriman. Ada yang menawarkan lokasi pengiriman ke luar kota di Indonesia dan berbagai negara di dunia, namun ada juga yang hanya menawarkan lokasi pengiriman ke tujuan tertentu.

Hal ini membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat sehingga perlu adanya strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar dapat menjadi pilihan utama pelanggan. Pelayanan yang baik dan konsisten merupakan strategi untuk menjaga kepuasan pelanggan terhadap jasa pengiriman.

Menurut Andi Riyanto (2018: 118) kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah maka akan terjadi ketidakpuasan namun ketika kualitas pelayanan sesuai yang di harapkan pelanggan akan puas. <sup>15</sup>Keputusan pelanggan merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya jika produk atau jasa yang diberikan perusahaan tidak memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan karyawan adalah sebuah proses yang dilakukan untuk menilai seberapa puasnya pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan suatu perusahaan atau organisasi.

Kualitas pelayanan dalam dunia jasa sangat penting dari sudut pandang pelanggan. Pelanggan tidak hanya mengevaluasi hasil layanan <sup>15</sup>tetapi juga proses pemberian layanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan untuk memberikan pelayanan prima. Menurut Arianto (2018:83). kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi fokus suatu perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan meningkat apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik. (Aria & Atik,2018:16). Perusahaan jika ingin memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan

keinginan pelanggan maka perusahaan dituntut dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang terkait dengan yang hendak diteliti adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Josua Hendro al., (2023: 143) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Bahu menyimpulkan hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ,maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Bahu diterima.

Selanjutnya dari penelitian yang telah dilakukan oleh Prihandoyo (2019: 127) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Balikpapan menyimpulkan bahwa variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE, variabel kehandalan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel daya tanggap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel empati secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Demikian pula menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Anggieta Rosyida (2021: 157) dengan judul kualitas pelayanan perusahaan J&T Express terhadap loyalitas pelanggan, menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji F ditemukan bahwa semua variabel berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan hasil uji t menunjukkan setiap variabel berpengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, hasil analisis regresi linear berganda semua variabel memiliki pengaruh yang positif, akan tetapi tidak semua memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan.

PT. JNE Express Gunungsitoli merupakan salah satu cabang perusahaan JNE yang menyediakan jasa pengiriman barang. PT. JNE Express Gunungsitoli menyadari pentingnya membangun hubungan dengan konsumen atau pelanggan yang sudah ada untuk lebih memahami

kebutuhan pelanggannya. Untuk mencapai hal tersebut, para karyawan harus dilatih sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan. Pelayanan pelanggan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam memperhatikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan perlu diperhatikan kriteria penentu kualitas jasa pelayanan. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa merupakan suatu hal yang sangat penting dari sudut pandang pelanggan. Pelanggan tidak hanya mengevaluasi hasil layanan tetapi juga dari proses pemberian layanan.

Berdasarkan hasil penelitian sementara, Peneliti menemukan beberapa masalah pelayanan terkait kepuasan pelanggan di PT. JNE Express Gunungsitoli misalnya ketika ada pelanggan yang mengklaim kerusakan barang terkadang cara penanganan karyawan yang kurang ramah dan tidak sabar terhadap keluhan yang diajukan pelanggan dan dibiarkan begitu saja tanpa memberikan solusi yang tepat. Kemudian karyawan JNE (kurir) yang hendak mengantarkan paket ke alamat pelanggan sering kali tidak di konfirmasi dulu apakah barang akan di antarkan di alamat sehingga ketika kurir datang di alamat kadang pelanggan pun tidak ada di tempat mengira paketnya tidak diantarkan hari itu dan tanpa konfirmasi dulu barang tersebut dikembalikan (return) sepihak membuat pelanggan sering kali emosi dengan sistem seperti itu dan sering kali kurir pun tidak mengantarkan paket di alamat melainkan dijemput langsung di kantor itu membuat pelanggan sering mengeluh atas pelayanan yg diberikan padahal ketika pelanggan memesan barang itu dikenakan biaya ongkos kirim. Dengan melakukan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Gunungsitoli.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam pertumbuhan bisnis yang sukses. Dalam kondisi JNE sebagai perusahaan jasa pengiriman barang, kualitas pelayanan sangatlah penting karena pelanggan berharap pelayanan yang baik dan kiriman mereka dikirim dengan cepat, aman, dan tepat waktu. Jika JNE mampu memberikan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa puas dan kemungkinan besar akan menggunakan

layanan JNE lagi di masa depan. Namun jika pelayanan yang buruk, pelanggan bisa saja beralih ke layanan pengiriman barang lainnya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan peneliti lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express Gunungsitoli”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas dapat permasalahan sebagai berikut:

- a. Keterlambatan pengiriman dan penjemputan paket dilokasi pengirim menyebabkan estimasi pengiriman kepada pelanggan terhambat.
- b. Tingkat informasi yang diberikan kepada pelanggan ketika paket sudah datang dan sudah diantar langsung ke alamat penerima masih kurang dan selalu dikeluhkan oleh pelanggan terutama pada paket yang sistemnya bayar ditempat atau *cash on delivery* (COD).
- c. Tidak ada informasi atau pertanggungjawaban terkait paket yang rusak akibat pengantaran dari kurir dari pihak jasa pengiriman JNE sehingga menimbulkan perdebatan dan kekeliruan antara pihak pengirim dengan penerima.
- d. Terdapat karyawan yang kurang ramah dan tidak sabar ketika melayani pelanggan baik ketika memberi informasi maupun melayani pengiriman paket.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah batasan dari penelitian, berdasarkan keputusan peneliti apa yang akan dikeluarkan. Batasan masalah membatasi penelitian agar lebih terkendali dan relevan dengan apa yang ingin dibuktikan. Menurut Asep Saepul Hamdi dan E.Bahrudin (2015) dalam buku metode penelitian kuantitatif Aplikasi dalam pendidikan, batasan masalah adalah pembatasan permasalahan-permasalahan yang akan diambil dalam penelitian Sehingga batasan masalah dalam penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan . JNE Express Kota Gunungsitoli tanpa membahas mengenai masalah di tempat lain seperti JNT, Indah cargo, Ninja Express dll.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu: "Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Gunungsitoli?"

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang jadi tujuan penelitian yaitu: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Gunungsitoli.

#### **1.5 Manfaat Hasil Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat.

a. Bagi Penulis

Bagi penulis adalah hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

b. Bagi Tempat Penelitian

Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan perbaikan atau tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

c. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mahasiswa dalam menambah ilmu pengetahuan.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kualitas Pelayanan

#### 2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan mereka. Menurut Manengal (2021: 10) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Kotler dalam (Pertiwi, 2021: 68) Kualitas pelayanan merupakan kinerja dari seseorang kepada orang lain yang dapat berupa tindakan yang tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan suatu barang atau kepada siapa pun. Putri (2020: 10) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan.

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019: 61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam Indrasari (2019: 61) “kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”.

Untuk pengertian selanjutnya Menurut (Aswad et al.,2018: 79) Kualitas pelayanan adalah nilai ukur seberapa bagus pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Arianto (2018: 83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai fokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi

harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat pelanggan berada di perusahaan.

Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwati (2017:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan pengertian dari beberapa para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, yaitu setiap aktivitas atau tindakan yang diberikan kepada pelanggan, pada hakikatnya bersifat intangible dan kualitas pelayanan diusahakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sesuai dengan harapannya, maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

### 2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan jasa mempunyai beberapa dimensi, walaupun antara satu bidang jasa dengan jasa lainnya mempunyai sedikit perbedaan mengenai dimensi yang membentuk kualitas suatu jasa, namun beberapa penelitian menunjukkan adanya kesamaan atau kemiripan dalam dimensi yang melandasi terbentuknya suatu kualitas jasa. Menurut Tjiptono, (2019:70) ada lima dimensi dari kualitas pelayanan setelah melalui uji statistik yang dikenal dengan faktor analisis antara lain:

#### a. Bukti Langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka membeli dan karena mereka tidak mampu untuk melihat jasa itu sendiri, mereka akan menilai berdasarkan semua benda-benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan, menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. *Reliability* bukan hanya sangat penting untuk masalah-masalah yang sangat besar, tapi seringkali jasa yang kecil pun merupakan hal yang penting untuk konsumen dalam memberikan evaluasi apakah suatu jasa berkualitas tinggi atau rendah. Akibat dari pelayanan yang jelek, perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu menyebabkan berkurangnya konsumen yang akan membeli jasa dikemudian hari.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap, menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. *Responsiveness* bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi: kompetensi, *courtesy*, *credibility* (kredibilitas) dan *security* (keamanan). Kompetensi terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. *Courtesy* meliputi kesopanan dan keramahan dari karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi suatu perusahaan.

e. Empati (*Empathy*)

Empati meliputi: *access*, *communication*, dan *under standing customer*. Kemampuan berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen. Yang perlu diperhatikan lagi adalah mengerti keinginan konsumen, hal ini tidak boleh diremehkan.

Dengan memandang kualitas jasa dari beberapa dimensi tersebut adalah mudah bagi perusahaan untuk terus memonitor seberapa baik kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

### <sup>1</sup> 2.1.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dalam meningkatkan kualitas jasa, banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Faktor-faktor tersebut perlu mendapat perhatian, faktor tersebut yaitu Fandy (2018:88):

#### 1. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah selanjutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

#### 2. Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpikat. Hal seperti ini dapat menjadi bumerang bagi perusahaan. Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula harapan pelanggan (bahkan bisa menjurus menjadi tidak realistis) yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan.

#### 3. Mengelola Bukti (*evidence*) Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu jasa merupakan kinerja dan dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan faktor-faktor *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

#### 4. Mendidik Konsumen Tentang Jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas jasa. Pelanggan yang lebih terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik.

5. Mengembangkan Budaya Kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas.

6. Menciptakan *Automating Quality*

Adanya otomatisasi dapat meningkatkan variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki. Sebelum melakukan *otomatisasi* perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang memerlukan sentuhan manusia dan bagian yang memerlukan *otomatisasi*. Perlu dihindari *otomatisasi* yang mencakup keseluruhan jasa.

7. Menindaklanjuti Jasa

Menindaklanjuti jasa dapat membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan. Perusahaan dapat pula memberikan kemudahan untuk berkomunikasi, baik menyangkut kebutuhan atau keluhan mereka.

8. Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset secara sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa yang mendukung pengambilan keputusan.

#### 2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator kualitas pelayanan menurut (Lupiyoadi dan Hamdani dalam Mentiana Indrasari, 2019: 63), yaitu:

- a. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat

diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*emphay*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi dalam Irawan (2021:54). Menurut Fatihudi dan Firmansyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018: 39) kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Jika berbicara

tentang kepuasan dan ketidakpuasan, terdiri dari perasaan senang tertentu atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kinerja suatu produk dengan keinginan pribadi. Menurut Andi Riyanto (2018: 118) kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan, dan apabila kualitas layanan lebih dari apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Menurut Tjiptono (2019: 379) mengidentifikasi tiga komponen utama dalam mendefinisikan kepuasan pelanggan:

- a. Tipe respon (baik respon emosional/afektif maupun kognitif) dan intensitas respon (kuat hingga lemah, biasanya dicerminkan lewat istilah-istilah seperti “sangat puas”, “netral”, “sangat senang”, “frustasi”, dan sebagainya).
- b. Fokus respon, berupa produk, konsumsi, keputusan pembelian, wiraniaga, toko, dan sebagainya.
- c. *Timing* respon, yaitu setelah konsumsi, setelah pilihan pembelian, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan seterusnya.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan dan diterima setelah pemakaian jasa. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019: 178) harapan sering dinyatakan sebagai titik acuan (*point of reference*) perbandingan antara apa yang dirasakan dengan yang diharapkan. Jika harapan tidak sesuai, maka pelanggan akan kecewa dan kemungkinan pindah ke produk jasa pesaing. Oleh karena itu sangat penting artinya bagi perusahaan untuk mengetahui harapan pelanggan dalam penyampaian pelayanan yang berkualitas. Harapan pelanggan merupakan hubungan erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan.

### 2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019:88) dalam menentukan kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:



- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
- e. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

### 2.2.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler (2018:148) mengidentifikasi empat metode mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

#### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

#### 2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan seseorang atau beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk- produk tersebut.

#### 3. *Lost Customer Service*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

#### 4. *Survey* kepuasan pelanggan

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya.

#### 2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019: 92) adalah :

- a. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- b. Minat berkujung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

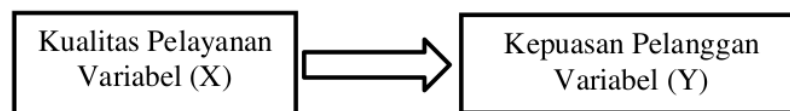
#### 2.3 Kerangka Berpikir

Untuk menghubungkan masalah yang ada pada penelitian, maka perlu dibuat kerangka berpikir sebagai dasar pedoman penelitian ini. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan di sebuah topik penelitian.

Kerangka berpikir dimaksud akan mengarahkan peneliti untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini dengan tujuan memecahkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Bagan Kerangka Berpikir**



Sumber: Olahan Penulis, (2023)

Dari kerangka berpikir di atas pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan dengan indikator seperti *Tangible* (Berwujud), *Realibabili* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan dan kepastian) Dan *Emphay* (Empati) sehingga dari kualitas pelayanan tersebut mampu meningkatkan kepuasan pelanggan JNE Express Gunungsitoli.

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yakni *hupo* dan *thesis*. *Hupo* adalah sementara, sedangkan *thesis* adalah pernyataan atau teori. Dapat disimpulkan arti hipotesis adalah pernyataan sementara. Inilah praduga peneliti terhadap masalah penelitian. Namun, hipotesis ini bukanlah kebenaran. Karena praduga, hipotesis bisa benar dan bisa juga salah. ([www.gramedia.com](http://www.gramedia.com), 2021). Hipotesis adalah suatu pernyataan atau dugaan awal yang berdasarkan pemikiran, pengalaman, atau teori tertentu yang masih perlu diuji kebenarannya melalui pengumpulan data atau informasi lebih lanjut. Hipotesis biasanya dirumuskan sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian atau masalah yang sedang dihadapi.

Dalam konteks penelitian ilmiah, hipotesis sering kali dibangun berdasarkan hasil analisis data yang telah dikumpulkan atau berdasarkan pengalaman sebelumnya. Hipotesis juga dapat digunakan untuk menguji suatu hubungan antara dua atau lebih variabel dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam skripsi ini, hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan adalah:

1.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antar kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan JNE Express Gunungsitoli.
2.  $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan JNE Express Gunungsitoli.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengacu pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya di bidang tertentu. Penelitian ini mungkin telah diterbitkan dalam jurnal ilmiah, buku, atau disajikan dalam konferensi ilmiah. Tujuan dari mempelajari penelitian terdahulu adalah untuk memahami konteks dan hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik yang sedang diteliti.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Jurnal C.Prihandoyo (2021) Halaman 45-47	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan.	Metode penelitian Kuantitatif	Dari hasil penelitian mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE.
2.	Jurnal Josua Enro Tambajong Johnny R.E Tampi, Joula J.Rogahang, (2023) Halaman 135-142.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu	Metode penelitian Kuantitati	Dari hasil penelitian terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan

				pelayanan dengan sebaik-baikya.
3.	Jurnal Niken Nanincova (2019) Halaman 1-5.	15 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café And Bistro.	Metode penelitian Kuantitatif	Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian merupakan hal mengacu pada klasifikasi atau kategorisasi penelitian berdasarkan berbagai faktor, seperti tujuan penelitian, pendekatan metodologi, dan jenis data yang dikumpulkan.

Menurut Sugiyono (2019: 2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Jenis Penelitian Menurut Darmadi (2013: 153), yakni:

1. Jenis Penelitian Kualitatif, dimana penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian secara mendalam. Tidak berbentuk angka sehingga hanya berbentuk pertanyaan-pertanyaan atau kalimat.
2. Jenis Penelitian Kuantitatif, dimana penelitian yang didalamnya banyak menggunakan angka (angket) atau bilangan mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsirannya.
3. Gabungan yaitu didalam penelitian menggabungkan dua jenis penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.

Berdasarkan Jenis Penelitian Menurut Para ahli diatas, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni Kuantitatif.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Menurut Tritjahjo (2019: 31), variabel penelitian merupakan objek yang menempel pada diri subjek berupa suatu data yang dikumpulkan dan menggambarkan suatu kondisi atau nilai masing-masing subjek penelitian.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu objek berupa data yang dikumpulkan melalui suatu objek penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti sehingga diperoleh informasi

yang dapat ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel X (independen) yaitu Kualitas Pelayanan, dengan indikator yaitu Berwujud (tangible), Keandalan (reliability), Ketanggapan (responsiveness), Jaminan dan kepastian (assurance) dan Empati (emphay).
2. Variabel Y (dependen) yaitu Kepuasan Pelanggan, dengan indikator yaitu Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, dan Kesiediaan merekomendasikan.

### 3.3 Defenisi Operasional

Definisi operasional merupakan cara peneliti dalam menguraikan variabel yang sedang atau akan diteliti. Pada umumnya terdapat berbagai alternatif dalam pengukuran variabel. Saat peneliti telah menentukan metode yang akan dilaksanakan dalam penelitian, maka pada saat dirumuskan pada sebuah narasi akan berubah menjadi definisi operasional (Jopglass, 2020).

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, maka dalam penelitian ini mengartikan defenisi operasional sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan adalah kesesuaian antara harapan pelanggan (masyarakat) pengguna layanan dengan persepsi pelanggan (masyarakat) atas pelayanan yang diberikan JNE Express Gunungsitoli yang terdiri dari
  - a. Bukti fisik (*Tangible*) mencakup fasilitas operasional yang diberikan pihak JNE Express Gunungsitoli kepada konsumen.
  - b. Reliabilitas (*Reliability*) mencakup sejauh mana informasi yang diberikan JNE Express Gunungsitoli kepada konsumen tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.
  - c. Responsivitas (*Responsiveness*) yakni daya tanggap provider atau kemampuan JNE Express Gunungsitoli dalam menanggapi komplain konsumen.
  - d. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yakni apakah ada jaminan keamanan dari JNE Express Gunungsitoli terhadap konsumen.
  - e. Empati (*emphay*) yakni *pertanggungjawaban* terhadap konsumen.
2. Kepuasan Pelanggan adalah tingkatan sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Apabila kinerja produk jasa lebih kecil dari

harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Dan apabila kinerja yang dihasilkan melebihi dari yang harapan, maka konsumen akan merasa puas dan senang yang terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- b. Minat berkujung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan penelitian subjek (Arikunto, 2010 : 173). Selanjutnya, Sugiyono (dalam Agung, 2021, hlm. 31) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah Pelanggan JNE Express Gunungsitoli dengan jumlah 200 orang.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Silaen (2018: 87) “Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk di ukur atau di amati karakteristiknya”. Besar sampel adalah banyaknya sampel yang diambil dari populasi. Besar sampel adalah banyaknya sampel yang diambil dari suatu populasi. Selain itu apabila jumlah populasinya kurang dari 100 orang, menurut Arikunto (2017: 104), maka besar sampelnya diambil secara keseluruhan, namun jika jumlah populasinya lebih dari 100 orang maka dapat diambil secara keseluruhan, namun apabila jumlah populasinya lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10% -15% atau 20% -25% dari jumlah populasi.



Oleh karena itu populasi dalam penelitian ini terlalu banyak lebih dari 100 orang, maka peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 25 % dari total populasi. Jadi, jadi kumlah sampel adalah 50 orang.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian (repository.upi.edu).

Untuk mendukung sebuah penelitian dengan data-data yang akurat dan baik dalam bentuk data primer sangat dibutuhkan untuk menentukan keberhasilan dari penelitian tersebut. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni Kuesioner (Angket).

Dalam penelitian ini angket akan diedarkan kepada seluruh responden, yang terdiri beberapa opsi alternative jawaban, bisa menggunakan Skala Likert untuk mengukur tingkat kesetujuan atau tidak setuju responden terhadap pertanyaan tertentu, dimana tiap opsi tersebut mempunyai bobot sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Skala Likert**

<b>Penilaian/Keterangan</b>	<b>Nilai skor</b>
Opsi (SS) Sangat Setuju	4
Opsi (S) Setuju	3
Opsi (TS) Tidak Setuju	2
Opsi (STS) Sangat Tidak Setuju	1

### 3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan melalui berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan caracara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang peneliti butuhkan, maka cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

#### a. Data Primer

Data dikumpulkan secara langsung di lapangan melalui observasi langsung di JNE Express Gunungsitoli dengan pengisi kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan dalam waktu kurang lebih 2 minggu.

b. **Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data diperoleh dari arsip yang dimiliki organisasi instansi, studi pustaka, penelitian terdahulu, literatur, jurnal, dan internet.

Dalam penelitian ini memerlukan alat bantu yang digunakan sebagai alat atau instrumen penelitian, serta membutuhkan data-data yang valid guna mendukung hasil dari penelitian tersebut. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi adalah sebagai berikut:

1. Observasi, Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan JNE Express Gunungsitoli.
2. Kuesioner, yaitu menyebarkan lembar isian pernyataan kepada responden mengenai kualitas pelayanan JNE Express Gunungsitoli.
3. Dokumentasi, yaitu dokumentasi yang digunakan dalam memperoleh sejumlah data melalui pencatatan dari sejumlah dokumen atau bukti tertulis seperti keadaan populasi, struktur organisasi, data, dan sebagainya.

### 3.7 **Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisis data yang telah diperoleh, maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

a. **Verifikasi Data**

Verifikasi data merupakan usaha untuk memperoleh apakah angket yang diedarkan oleh peneliti telah diisi sesuai petunjuk. Yang lewat dalam verifikasi data dinyatakan memenuhi syarat untuk diolah angketnya.

b. **Pengelolaan Angket**

Angket yang telah diedarkan kepada responden memiliki 4 option atau kemungkinan jawaban. Empat option jawaban itu mempunyai bobot sebagai berikut:

- a) Skor 4 dengan penilaian "Sangat Setuju"
- b) Skor 3 dengan penilaian "Setuju"

- c) Skor 2 dengan penilaian “Tidak Setuju”
- d) Skor 1 dengan penilaian “Sangat Tidak Setuju”

### 3.7.1 Uji Validitas Butir Soal

Menurut Ghozali (2021:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah item pertanyaan atau kuesioner dikatakan sah atau valid apabila item pertanyaan atau kuesioner tersebut mampu menunjukkan kecenderungan nilai kebenaran. Untuk menentukan tingkat validitas sebuah item pertanyaan atau kuesioner, maka diberlakukan proses *corrected* item-total *correlation* dengan cara nilai setiap skor pada alternatif jawaban diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel* setelah itu data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22 dengan melihat hasil uji validitas melalui uji *Pearson Correlation*.

Jika sebuah item pertanyaan atau *instrument*/kuesioner memenuhi  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau nilai *instrument*/kuesioner lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  maka beberapa pertanyaan yang diberikan dinyatakan sah atau valid.

### 3.7.2 Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2021:45) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Variabel dalam penelitian akan realibel apabila jawaban responden terhadap pernyataan menunjukkan nilai konsisten atau stabil yang terukur secara periodik.

Untuk mencari nilai reliabel, data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel*, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22. Dengan menggunakan analisis reliabilitas *Cronbach Alpha*.

Menurut Sugiyono (2018:220) adapun ketentuan yang harus diketahui:

1. Apabila hasil  $\alpha \leq 0,6$  (nilai alpha lebih kecil dari 0,6), maka hasil perhitungannya tidak konsisten/tidak reliabel.
2. Apabila hasil  $\alpha \geq 0,6$  (nilai alpha lebih besar dari 0,6), maka hasil perhitungannya konsisten/reliabel.

### 3.7.3 Mencari Koefisiensi Korelasi

Menurut Ghozali (2018) Uji Koefisien Korelasi adalah uji untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila kedua variabel berbentuk interval atau ratio. Jika angka koefisien korelasi menghasilkan nilai positif maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif, maka variabel bebas mengalami kenaikan maka variabel terikat juga mengalami kenaikan.

### 3.7.4 Pengujian Koefisiensi Determinan

Menurut Supangat (2017:341), yang dimaksud dengan “koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan”. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Disebut juga koefisien penentu dilambangkan dengan K.D. maka pada penulisan ini koefisien determinan digunakan untuk mengukur derajat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$r^2$  = Nilai koefisien x dan y

100% = Percent

### 3.7.5 Regresi Linier sederhana

Menurut Supangat (2017:334) “regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y)”.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X = Variabel Bebas                      a = Bilangan Konstanta

Y = Variabel Terikat                      b = Hubungan Regresi

Untuk mengetahui bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y) maka peneliti akan mensubstitusikan data menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

### 3.7.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu pengolahan data secara statistik yang mana pengujian ini bertujuan untuk mengetahui suatu keputusan mengenai asumsi-asumsi atau dapat berupa uji kebenaran mengenai fenomena yang terjadi.

Menurut Moloeng (2020:43) Uji hipotesis mempunyai arti yaitu suatu keharusan dalam penelitian secara kuantitatif hal ini bertujuan untuk menentukan keputusan berupa nilai signifikan yang mempengaruhi suatu fenomena, baik secara parsial atau hubungan antar variabel X dan simultan hubungan antara seluruh variabel independen terhadap variabel terikat Y atau dependen.

Berdasarkan didalam penelitian ini terdapat 2 variabel, maka peneliti menggunakan uji t, sebagai berikut:

#### a. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (*Just In Time*) atau variabel independen terhadap variabel Y (Loyalitas Konsumen) atau dependent. Dengan ketentuan berikut.

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  akan ditolak sedangkan  $H_a$  akan diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  akan ditolak sedangkan  $H_0$  akan diterima.

Untuk mencari nilai perhitungan diatas, maka data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel*, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22.

### 3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada JNE Express Gunungsitoli Jl. Diponegoro No.410 A,Desa Sifalae, Gunungsitoli, Sumatra Utara, Kota Gunungsitoli.

**Tabel 3.2**  
**Jadwal Penelitian**

Kegiatan	Jadwal																							
	Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023				Sept 2023				Okt 2023			
	1	2	3	4	1	2	2	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan Proposal																								



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dilokasi penelitian berdasarkan topik dan lokasi yang telah ditetapkan, yaitu di JNE Express Gunungsitoli Kota Gunungsitoli Jln. DiPonegoro No.410a, Sifalaete Tabaloho.

##### **4.1. Sejarah JNE Express Gunungsitoli**

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir lebih mudah dikenal sebagai JNE Express adalah serupa perusahaan pengadaan dan ekspedisi yang bertugas mula di Jalan Tomang Raya No.11, Jakarta Barat. JNE dikenal sebagai perusahaan ekspedisi tertua dan terbesar di Indonesia, karunia saluran dan radius lingkungan distribusinya mencakup lebih 83.00 kota, termasuk kabupaten, desa dan pulau terluar dengan gerai penjualan sebesar lebih dari 8.000 titik dan memperkerjakan lebih 50.000 orang diseluruh Indonesia.

Pada tanggal 26 November 1990, H. Soeprapto Suparno yang juga membuka PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI), resmi membuka PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir dengan syukuran sederhana disebut Yayasan Yatim Piatu Dan Tuna Netra (Yatuna) dengan sejumlah suku dikampung Makasar, Jakarta Timur. Dirintis dengan modal awal 100 juta rupiah dan 8 orang pegawai, JNE awalnya semata-mata hanya menangani kepekaan dari impor pesanan barang/dokumen sekaligus distribusinya ke kota destinasi di Indonesia dengan menanggungin saluran TIKI. Untuk memperkuat saluran penjualan, pada tahun 1995, JNE mempopulerkan system drop-point atau sebuah ekspedisi barang yang disebut "Takuhaibin" JNE banyak menggunakan toko telekomunikasi yang menjamur saat itu dan menjadi cikal-bakal agen JNE yang jumlahnya mencapai lebih 8.000 titik diseluruh Indonesia pada tahun 2022.

Perusahaan JNE juga mengutamakan SDM sekaligus teknologi sebagai bagian pengembangan mulai dari mesin alat transportasi, X-ray, GPS, hingga alat komunikasi

satelit. Untuk memperluas jangkauannya dan memberikan layanan yang optimal dalam jasa ekspedisi barang keseluruhan publik Indonesia. JNE Express membuka cabang di kepulauan nias pada tahun 2005 yang beralamat di Jln.WR.Superman No. 21 yang dipimpin oleh kepala cabang yang bernama INGATAN TELAUMBANUA, menjabat dari tahun 2015 sampai 2019. Dan sekarang JNE Express Gunungsitoli beralamat di Jl. Diponegoro No.410 A, Desa Sifalaete, Gunungsitoli, Sumatra Utara, Kota Gunungsitoli, dan dipimpin oleh kepala cabang yang bernama TUKARI BU'ULOLO. JNE Express Gunungsitoli sudah berdiri di kepulauan nias selama 18 tahun sampai sekarang.

#### 4.1.2 Visi dan Misi JNE Express Gunungsitoli

##### a. Visi JNE Express Gunungsitoli

1. Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia.
2. Sukses hanya dapat dicapai melalui kerjasama usaha integral dalam perkembangan. Mendorong proses belajar dan berubah menuju pertumbuhan, kesempurnaan dan pencapaian keuntungan.
3. distribusi dunia 7 perdangangan melalui internet yang akan menjadi gaya hidup masyarakat modern pada abad mendatang

##### b. Misi JNE Express Gunungsitoli

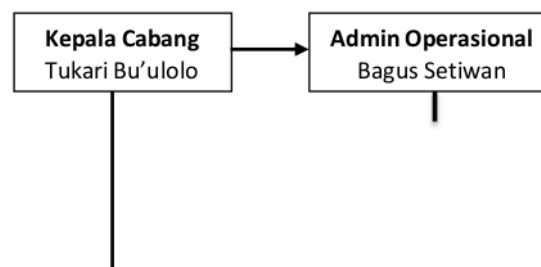
1. Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.
2. Melayani segenap lapisan masyarakat Indonesia baik perumahan dan industri melalui jaringan layanan pengiriman ekspres.

#### 4.1.3 Fungsi dan Tujuan JNE Express Gunungsitoli

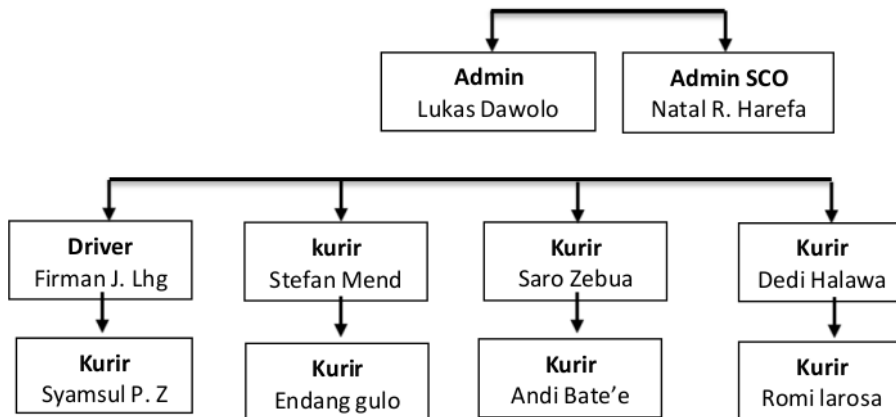
Adapun tujuan dan fungsi kerja masing-masing devisi di JNE Express Gunungsitoli, yaitu:

Devisi Ekspres JNE melayani kiriman paket dan dokumen peka waktu tujuan dalam negeri melalui lebih dari 1,500 titik layanan eksklusif dari pejemputan.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi pada JNE Express Gunungsitoli







Uraian tugas dan tanggung jawab setiap bagian

1. Kepala cabang

Kepala cabang bertanggung jawab sepenuhnya atas berjalannya aktivitas perusahaan, merencanakan sistem kerja secara terarah dan terpadu, memberikan pengarahan kepada bawahan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan yang terjadi di perusahaan.

2. Admin Operasional

Mengawasi sistem operasional yang dijalankan, mengontrol operasional dan *menfollow up customer* yang bermasalah.

3. Admin

Menerima hasil pick up dari petugas, menyesuaikan data barang yang akan dikirim, melakukan pemeriksaan dan penyegelan dari kiriman

4. Admin SCO

Menerima dan memproses pesanan pengiriman *customer*, memastikan barang atau paket yang dikirim sesuai dengan persyaratan dan melakukan update status pengiriman kepada pelanggan agar mereka mereka mendapatkan informasi yang akurat dan up-to date. Selain itu juga mampu berkerja dengan cepat dan dan efisien dalam menangani berbagai jenis keluhan atau masalah yang mungkin terjadi selama proses pengiriman.

5. Driver

Mengantar paket JTR (JNE Trucking), melakukan pick up kedalam mobil dan mengantarkan paket ke alamat penerima dan memastikan paket dalam kondisi baik serta memberikan pelayanan yang baik kepada *customer*.

#### 6. Kurir

Melakukan pick up kedalam tas dan bertanggung jawab mengirim barang atau paket sesuai alamat dan memastikan paket dalam kondisi baik serta memberikan pelayanan yang baik kepada *customer*.

### 4.1.5 Kegiatan Usaha PT. JNE Express Gunungsitoli

Adapun uraian kegiatan di PT. JNE Express Gunungsitoli yaitu

1. Pengiriman
2. Penyimpanan dan pendistribusian
3. Transprotasi
4. Penjemputan bandara

## 4.2 Analisis Hasil Penelitian

### 4.2.1 Verifikasi Data

Berdasarkan tahapan dalam pengolahan hasil penelitian, diawali dengan verifikasi terhadap data yang diperoleh merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk memastikan dan mengecek semua daftar pernyataan angket yang telah disiapkan. Peneliti kemudian, menganalisis kuesioner tersebut untuk mengetahui apakah kuesioner yang disebarkan telah memenuhi syarat sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan atau belum. Dari hasil verifikasi data diketahui bahwa angket yang telah dibagikan kepada 50 orang responden telah dikembalikan secara utuh, dalam keadaan baik, serta diisi sesuai dengan petunjuk pengisian yang diberikan. Untuk itu hasil kuesioner yang peneliti terima dari responden selanjutnya diolah sebagai bahan analisis dalam penelitian ini.

### 4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yaitu: Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y), sehingga dalam pendistribusian angket kepada responden sebanyak 50 orang berdasarkan pada variabel penelitian, seluruhnya terdiri dari 10 butir/soal variabel (X) dan variabel (Y) sebanyak 6 butir item soal, semua telah dijawab

dengan lengkap oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisian. Sebagaimana pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden Sesuai Dengan**  
**Alternatif Jawaban Variabel X**

no	Butir Soal										Total
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	
1	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	34
2	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	34
3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	28
4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	3	32
5	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	33
6	3	2	4	3	2	4	3	4	3	2	30
7	3	4	3	4	3	3	4	2	3	2	31
8	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	35
9	2	4	4	3	4	4	2	4	3	4	34
10	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	29
11	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	34
12	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	28
13	2	3	3	4	3	4	3	4	2	4	32
14	3	4	4	3	2	4	3	4	2	3	32
15	3	4	3	4	2	4	3	4	2	3	32
16	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	23
17	2	3	2	3	4	1	3	2	2	3	25
18	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	35
19	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	34
20	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	35
21	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	34
22	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	33
23	3	2	4	3	3	4	2	4	2	3	30
24	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	33
25	3	1	2	3	4	3	3	2	2	4	27
26	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
27	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
28	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	34
29	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36
30	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	33
31	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	34
32	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36
33	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2	30
34	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	21

35	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	36
36	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	34
37	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	34
38	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	33
39	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	26
40	3	3	2	2	1	3	3	2	1	3	23
41	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	36
42	2	4	2	4	1	1	4	3	1	4	26
43	1	2	4	2	2	3	1	4	1	3	23
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
46	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	28
47	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2	21
48	2	3	1	2	1	2	2	1	1	2	17
49	1	2	2	1	2	2	1	2	3	1	17
50	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	28
JML	140	168	151	162	151	165	150	160	133	161	1541

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Pengolahan data tersebut diatas, peneliti membuat rekapitulasi jumlah responden sesuai dengan alternatif jawaban. Jika responden memilih alternatif SS = 4, alternatif S = 3, alternatif TS = 2 dan alternatif TST = 1, demikian juga dengan yang kedua sampai dengan responden yang keempat lima puluh.

**Tabel 4.5**  
**Jawaban Responden Sesuai Dengan**  
**Alternatif Jawaban Variabel X**

No	Butir Soal						Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	2	3	3	4	18
2	3	2	4	3	2	3	17
3	4	3	4	3	4	2	20
4	4	3	4	3	4	3	21
5	2	3	4	2	4	3	18
6	3	2	3	2	3	2	15
7	3	4	3	2	3	2	17
8	4	3	4	3	4	3	21
9	3	4	3	4	3	4	21
10	2	2	2	2	3	2	13
11	3	4	3	3	4	3	20
12	2	2	3	2	2	2	13

13	3	2	4	4	3	3	19
14	3	4	3	2	4	3	19
15	4	3	4	3	4	2	20
16	3	1	3	1	4	2	14
17	1	4	2	3	1	2	13
18	3	4	3	4	3	4	21
19	4	3	4	3	4	4	22
20	3	2	4	3	4	3	19
21	3	4	4	4	3	4	22
22	3	4	3	4	4	3	21
23	3	4	3	3	4	2	19
24	2	3	4	3	2	3	17
25	3	2	3	2	2	3	15
26	3	4	3	4	4	3	21
27	4	3	4	3	4	4	22
28	3	4	3	4	4	3	21
29	3	4	3	4	3	4	21
30	3	4	2	4	4	3	20
31	4	2	4	3	3	4	20
32	3	4	3	3	2	3	18
33	2	2	1	3	2	1	11
34	2	1	2	2	3	4	14
35	3	2	3	2	3	2	15
36	3	4	3	4	4	2	20
37	4	3	3	2	3	3	18
38	2	4	3	4	4	2	19
39	2	3	3	3	3	2	16
40	4	3	2	4	4	3	20
41	3	4	2	4	2	3	18
42	3	4	3	2	4	3	19
43	4	2	4	1	4	2	17
44	4	2	4	2	4	3	19
45	4	3	4	3	4	3	21
46	3	2	4	3	4	4	20
47	2	2	2	1	4	3	14
48	2	2	2	1	2	1	10
49	2	2	2	1	2	1	10
50	3	4	3	2	4	3	19
JML	149	149	155	140	165	140	898

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Pengolahan data tersebut diatas, peneliti membuat rekapitulasi jumlah responden sesuai dengan alternatif jawaban. Jika responden memilih alternatif SS = 4, alternatif S = 3, alternatif TS = 2 dan alternatif TST = 1, demikian juga dengan yang kedua sampai dengan responden yang keempat lima puluh.

#### 4.3 Uji Validitas Variabel X dan Y

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Penentuan valid atau tidaknya suatu item pertanyaan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Berikut merupakan hasil uji validitas dengan SPSS 22.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**

Kode	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X.1	0,582	0,279	Valid
X.2	0,655	0,279	Valid
X.3	0,622	0,279	Valid
X.4	0,613	0,279	Valid
X.5	0,615	0,279	Valid
X.6	0,634	0,279	Valid
X.7	0,577	0,279	Valid
X.8	0,710	0,279	Valid
X.9	0,614	0,279	Valid
X.10	0,631	0,279	Valid

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**

Kode	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y.1	0,669	0,279	Valid
Y.2	0,571	0,279	Valid
Y.3	0,590	0,279	Valid
Y.4	0,669	0,279	Valid
Y.5	0,619	0,279	Valid
Y.6	0,669	0,279	Valid

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa seluruh instrumen penelitian atau seluruh butir pernyataan memiliki validitas yang memenuhi dan berada

diatas batas nilai  $r_{tabel}$  yaitu  $N=50$  dengan nilai  $\alpha=0,05$  atau 5% maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,279. Sehingga seluruh pernyataan variabel X dan Y diatas dinyatakan valid.

#### 4.4 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. cronbach alpha digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem. Interitem untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki cronbach alpha lebih besar dari 0,06. Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kekurangan pemahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,825	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	0,693	Reliabel

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas, bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* dari variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,825 dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,693. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

#### 4.5 Uji Koefisien Korelasi

Uji Koefisien Korelasi adalah uji untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila kedua variabel berbentuk interval atau ratio. Pengujian ini dilakukan dengan IBM SPSS versi 22.

**Tabel 4.9**  
**Correlations**

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN PELANGGAN
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	,674**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	,674**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa angka koefisien korelasi menghasilkan nilai positif, maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif.

#### 4.6 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi dengan SPSS 22.

**Tabel 4.10**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,674 <sup>a</sup>	,454	,443	2,394
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN				

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas, nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,454. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 45,4% atau 45% yang merupakan nilai variabel kualitas pelayanan yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 55% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.

#### 4.7 Hasil Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y)". Berikut adalah hasil uji regresi linear sederhana dengan SPSS 22.

**Tabel 4.11**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228,798	1	228,798	39,918	,000 <sup>b</sup>
	Residual	275,122	48	5,732		
	Total	503,920	49			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN						

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023



Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} = 39,918$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

## 4.8 Uji Hipotesis

### 4.8.1 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (kualitas pelayanan) atau variabel independen terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) atau dependent. Dengan ketentuan berikut menurut (Ghozali 2016):

1. Jika nilai signifikansi uji t  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji t  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 22 berikut:

Tabel 4.12

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,269	2,037		2,587	,013
	KUALITAS PELAYANAN	,412	,065	,674	6,318	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Dengan berpedoman pada ketentuan nilai  $sig < 0,05$  maka diperoleh nilai *Sig.* sebesar 0,000. Sehingga dengan nilai ini dapat dikatakan variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) atau nilai  $Sig. 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Maka variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y.

## 4.9 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian yang dilaksanakan pada PT. JNE Express Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No.410a, Sifalaete Tabaloho dapat dikemukakan bahwa:

1. Hasil perhitungan uji Validitas butir item angket variabel X (Kualitas Pelayanan) didapatkan bahwa memenuhi syarat validasi karena perhitungan pada nomor 1-10 variabel X adalah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu  $N=50$  dengan nilai  $\alpha=0,05$  atau 5% maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,279 atau  $r_{hitung} > 0,279$ . Sehingga seluruh pernyataan variabel X dan Y diatas dinyatakan valid.
2. Hasil perhitungan uji Reliabilitas *Cronbach's Alpha* dari variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,825 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,693. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6
3. Hasil uji koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,45. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 45% yang merupakan nilai variabel Kualitas Pelayanan yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 55% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.
4. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 39,918$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
5. Hasil hipotesis uji t variabel  $X \rightarrow Y$  yang diolah dalam penelitian ini **Ha diterima dan Ho ditolak** artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y, pada PT. JNE Express Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No. 410a, Sifalaete Tabaloho.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Hasil perhitungan uji Validitas butir item angket variabel X (Kualitas Pelayanan) didapatkan bahwa memenuhi syarat validasi karena perhitungan pada nomor 1-10 variabel X adalah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu  $N=50$  dengan nilai  $\alpha=0,05$  atau 5% maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,279 atau  $r_{hitung} > 0,279$ . Sehingga seluruh pernyataan variabel X dan Y diatas dinyatakan valid.
2. Hasil perhitungan uji Reliabilitas *Cronbach's Alpha* dari variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,825 dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,693. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6.
3. Hasil uji koefisien determinasi nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,45. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 45% yang merupakan nilai variabel Kualitas Pelayanan yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 55% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.
4. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai F hitung = 39,918 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
5. Hasil hipotesis uji t variabel  $X \rightarrow Y$  yang diolah dalam penelitian ini **Ha diterima dan Ho ditolak** artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y, pada PT. JNE Express Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No. 410a, Sifalaete Tabaloho.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian menyadari bahwa JNE EXPRESS GUNUNGSITOLI belum sepenuhnya menerapkan kualitas pelayanan, untuk itu

peneliti memberikan beberapa saran untuk pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya.

Beberapa saran yang diajukan adalah :

1. Karyawan lebih peduli lagi terhadap kepuasan pelanggan,
2. Harus memiliki sikap yang baik dalam melayani konsumen,
3. Lebih meningkatkan lagi kinerja pada lapangan dan bertanggung jawab atas produk-produk yang akan mereka antarkan.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memiliki cangkupan lebih luas untuk mendapatkan hasil lebih umum yang diduga berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggieta Rosyida, Winarto, Rini Fatmawati. (2021). Kualitas Pelayanan Perusahaan J&T Express Terhadap Loyalitas PELANGGAN. Jurnal Aplikasi Administrasi. Vol. 24 No. 2. Universitas Hang Tuah Indonesia.

C.Prihandoy. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. Hal 116-129. Jurnal Geo Ekonomi.  
<https://media.neliti.com/media/publications/291148-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep-80936abc.pdf>

Dian Ekaa , Yulia Hamdaini Putrib , Suhartini Karim. (2018). Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.16 (2), 2018. Jurusan Management, Fakultas Ekonomi, Sriwijaya University, Indonesia.

Joko Bagio Santoso. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). Vol 16 No. 01, , April 2019. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Josua Enro Tambajong Johny R.E Tampi, Joula J. Rogahang. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express Bahu. Vol. 4 No. 2, 2023 e-ISSN. 2723-0112.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/47008/41907>

Menanti Sembiring, Ingan Ukur Br Sitepu, Feri Fernandes Ginting. (2022). Pengaruh Kualitas

Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Padareddoorz Near Mikie Holiday Berastagi. Vol.4/No. 01/Februari 2022. Universitas Quality Berastagi, Medan.

Nova Lorenzi, Lorina Siregar Sudjiman. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express (Studi Kasus Pada

Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). Volume 9 (2) April Tahun 2023, Hal 303-311. Universitas Advent Indonesia, Bandung.

Ria N.R RaintungJohny A.F KalangiLucky F. Tamengkel. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado. Vol. 2 No. 2, 2021. Rogram Studi Administrasi BisnisFakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi.

Veronika Masili, Bode Lumanauw, Maria V.J. Tielung. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. Jurnal EMBA Vol.10 No.4 April 2022, Hal. 44-55. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

Wili Andri Merdian. Skripsi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA.

[https://repository.usd.ac.id/2680/2/002214205\\_Full.pdf](https://repository.usd.ac.id/2680/2/002214205_Full.pdf)

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE EXPRESS GUNUNGSITOLI

## ORIGINALITY REPORT

33%

SIMILARITY INDEX

35%

INTERNET SOURCES

16%

PUBLICATIONS

25%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	7%
2	repository.stei.ac.id Internet Source	4%
3	text-id.123dok.com Internet Source	3%
4	repository.upi.edu Internet Source	2%
5	repository.stiegici.ac.id Internet Source	2%
6	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	2%
7	repository.unimar-amni.ac.id Internet Source	2%
8	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	2%
9	eprints.unm.ac.id Internet Source	1%

10	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://id.wikipedia.org">id.wikipedia.org</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1 %
14	<a href="http://repository.unbari.ac.id">repository.unbari.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://repo.stiemuhcilacap.ac.id">repo.stiemuhcilacap.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://eprint.stieww.ac.id">eprint.stieww.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="http://eprints.ahmaddahlan.ac.id">eprints.ahmaddahlan.ac.id</a> Internet Source	1 %
20	<a href="http://jurnal.syntaxliterate.co.id">jurnal.syntaxliterate.co.id</a> Internet Source	1 %



---

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE EXPRESS GUNUNGSITOLI

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---

PAGE 24

---

PAGE 25

---

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---

PAGE 32

---

PAGE 33

---

PAGE 34

---

PAGE 35

---

PAGE 36

---

PAGE 37

---

PAGE 38

---

PAGE 39

---

PAGE 40

---

PAGE 41

---

PAGE 42

---

PAGE 43

---

PAGE 44

---

PAGE 45

---