

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KETEPATAN PENGIRIMAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS  
DI PANGKALAN BERANDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**SARIFAH SIANTURI  
208320001**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)21/11/24

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KETEPATAN PENGIRIMAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS  
DI PANGKALAN BERANDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area

**OLEH  
SARIFAH SIANTURI  
208320001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)21/11/24

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T *Express* Di Pangkalan Berandan.  
Nama : Sarifah Sianturi  
NPM : 208320001  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding

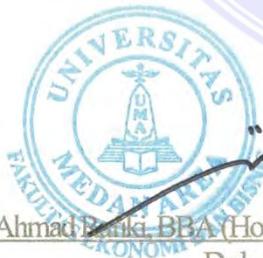


(Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si)  
Pembimbing



(Teddi Pribadi, SE, MM)  
Pembanding

Mengetahui :



(Ahmad Fauzi, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)  
Dekan



(Fitriani Tobing, SE, M.Si)  
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 3 Oktober 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)21/11/24

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi - sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 3 Oktober 2024



Sarifah Sianturi  
208320001

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarifah Sianturi  
NPM : 208320001  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Ekspres Di Pangkalan Berandan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal : 3 Oktober 2024  
Yang menyatakan



( Sarifah Sianturi )

## RIWAYAT HIDUP

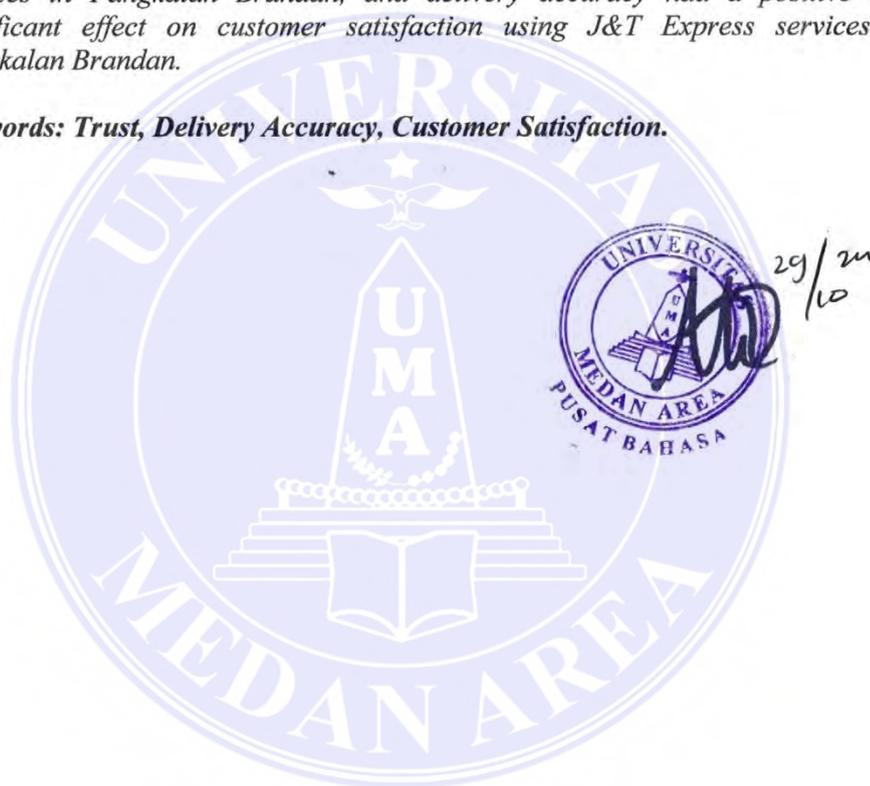


Nama	Sarifah Sianturi
NPM	20.832.0001
Tempat, Tanggal Lahir	Paluh Manis, 14 Oktober 2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Hamonangan Sianturi
Ibu	Rosmaulina Br Butar-Butar
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP N 2 Gebang
SMA/SMK	SMK Swasta Harapan Babalan
Riwayat Studi di UMA	
Pengalaman Pekerjaan	-
NO. HP/WA	0852-6056-7970
Email	<a href="mailto:sarifahsiantury@gmail.com">sarifahsiantury@gmail.com</a>

### ABSTRACT

*This research aimed to determine whether trust and delivery accuracy had a positive and significant effect on customer satisfaction using J&T Express services in Pangkalan Brandan. Data collection techniques in this research used documentation with a quantitative approach. The data analysis technique used was descriptive statistical analysis and panel data regression analysis, with hypothesis testing using SPSS 27. The results showed that partially, trust had a positive and significant effect on customer satisfaction using J&T Express services in Pangkalan Brandan, and delivery accuracy had a positive and significant effect on customer satisfaction using J&T Express services in Pangkalan Brandan.*

**Keywords:** *Trust, Delivery Accuracy, Customer Satisfaction.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepercayaan dan ketepatan pengiriman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel. Dan pengujian hipotesis menggunakan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan, ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan.

**Kata Kunci: Kepercayaan; Ketepatan Pengiriman; Kepuasan Pelanggan.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T *Express* Di Pangkalan Berandan”. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan studi Program Sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dalam proses penyusunan ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, kepercayaan, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Hamonangan Sianturi dan Rosmaulina Br Butar-Butar yang tidak pernah henti mendoakan, dan mencukupi segala kebutuhan materi dalam pembuatan skripsi ini. Dalam kesempatan ini peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
- 2) Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph. D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
- 3) Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
- 4) Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

- 5) Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc., Ketua Bidang Pembelajaran dan Sistem Informasi Akademik Universitas Medan Area.
- 6) Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
- 7) Pak Teddi Pribadi, SE, MM, Selaku Dosen pembeding yang telah bersedia untuk memberikan arahan terhadap skripsi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 8) Ibu Ida Royani, SE, M.Si, Selaku Dosen Sekretaris yang telah bersedia untuk memberikan arahan terhadap skripsi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 9) Terimakasih untuk kedua orang tua saya, bapak Hamonangan Sianturi Dan Ibu Rosmaulina Butar - Butar Yang Selalu Memberikan Dukungan dan doa doa terbaik. Buat Saya Beliau adalah panutan terhebat yang saya punya, karena didalam diri beliau pantang untuk menyerah, Sehingga itu menjadi tekad saya untuk menyelesaikan Skripsi ini.Sarifah Sayang Mama, Bapak.
- 10)Terimakasih Juga Buat Abang Ipar Saya: Junaidi Panjaitan, Kakak : Mariana Sianturi, Beety Sianturi, Patimah Sianturi. Abang Saya : Charles Sianturi, Firman Sianturi. Kakak Ipar Saya : Fitri Hutajulu. Terimakasih Untuk Doa Dan Dukungan Kalian Untuk Sikecil Ini.
- 11)Terimakasih Juga untuk Abang (Zuster) Yang Mensupport dan membantu Adek.

12)Terimakasih Buat Teman teman terdekat yang ikut serta membantu menyelesaikan Skripsi ini,dan menjadi teman tukar pikiran yang baik.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata saya ucapkan terima kasih.

Penulis



(Sarifah Sianturi)



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	11
2.2 Kepercayaan.....	11
2.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	11
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.3 Indikator Kepercayaan .....	13
2.3 Ketepatan Pengiriman.....	14
2.3.1 Pengertian Ketepatan Pengiriman .....	14
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Pengiriman .....	15
2.3.3 Indikator Ketepatan Pengiriman .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	16
2.5 Kerangka Konseptual.....	18
2.6 Hipotesis Penelitian .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	20
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.2.2 Waktu Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	21
3.3.1 Populasi Penelitian.....	21
3.3.2 Sampel Penelitian.....	21
3.4 Defenisi Operasional.....	22
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	23

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	25
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8.1 Uji Normalitas.....	26
3.8.2 Uji Multikolinearitas .....	27
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	27
3.9 Uji Statistik .....	27
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	27
3.10 Uji Hipotesis .....	28
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	28
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	28
3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	29
4.1.1 Sejarah Umum Objek Penelitian .....	29
4.1.2 Visi Misi Perusahaan Jasa Pengiriman J&T <i>Express</i> .....	31
4.1.3 Struktur Organisasi Jasa Pengiriman J&T <i>Express</i> Pangkalan Brandan .....	32
4.1.4 Sistem Layanan J&T <i>Express</i> .....	32
4.2 Karakteristik Responden .....	33
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	33
4.2.2 Usia Responden.....	34
4.3 Penyajian Data Angket Responden.....	35
4.3.1 Distribusi pendapat responden mengenai variabel kepercayaan (X1).....	35
4.3.2 Distribusi Pendapat Mengenai Variabel Ketetapan Pengiriman (X2).....	37
4.3.3 Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Terikat Kepuasan Pelanggan (Y) .....	39
4.4 Uji Validitas Dan Realibilitas .....	40
4.4.1 Uji Validitas .....	40
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.5.1 Uji Normalitas .....	45
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.5.3 Uji Multikolinearitas .....	48
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
4.7 Uji Hipotesis .....	50
4.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	50
4.7.2 Uji Simultan (Uji F) .....	52
4.7.3 Uji Determinasi .....	53

4.8 Pembahasan.....	53
4.8.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T <i>Express</i> di Pangkalan Brandan.....	53
4.8.2 Pengaruh Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T <i>Express</i> di Pangkalan Brandan .....	54
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T <i>Express</i> di Pangkalan Brandan .....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Periode Januari – Juni 2023.....	3
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	22
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket .....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	33
Tabel 4.2 Usia Responden.....	34
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel kepercayaan (X1).....	35
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel Ketetapan Pengiriman (X2) ....	37
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y) .....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1) .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Ketetapan pengiriman (X2).....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	43
Tabel 4.9 Reliabilitas Data Variabel Kepercayaan (X1).....	44
Tabel 4.10 Reliabilitas Data Variabel Ketepatan Pengiriman (X2).....	44
Tabel 4.11 Reliabilitas Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolineasitas .....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial .....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan.....	52
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi J&T <i>Express</i> Pangkalan Brandan.....	32
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	45
Gambar 4.3 Grafik Probability Plot Uji Normalitas .....	46
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan .....	60
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian .....	63
Lampiran 3 Hasil Olah Data .....	71
Lampiran 4 Surat Pengantar Riset .....	74
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	75



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Diera perkembangan teknologi dan globalisasi saat ini pastinya sangat mempengaruhi para pelaku bisnis untuk terus berinovasi pada pengembangan usaha yang dilakukan yang pastinya memiliki tujuan tertentu diantaranya memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para konsumennya. Dan hal ini pastinya akan menjadi tantangan oleh para pelaku bisnis dalam mengembangkan inovasinya untuk membuat para konsumen merasakan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang mereka lakukan. Dan perkembangan teknologi yang semakin pesat pastinya menjadi peluang bagi para pelaku bisnis dengan cara membuat segala cara untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pengembangan sistem penjualan melalui *e-commerce* pengiriman, sistem pengecekan barang, ataupun sistem pengantaran barang.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Populix, platform market research yang menjadi rujukan pelaku usaha dalam mencari tahu kebutuhan pasar dengan jutaan responden diberbagai wilayah di Indonesia, melakukan survei terkait tren jasa ekspedisi dan pengiriman barang. Dari 5920 responden, 44% diantaranya melakukan belanja online sekali dalam sebulan. Sementara 17% responden seminggu lebih dari satu kali berbelanja online. Selain itu berdasarkan survey dari Markplus, inc, bahwa pengguna layanan jasa kirim barang pada market place meningkat sebanyak 85,20% dan persebaran domisili pengguna

layanan jasa kirim barang ada 59,8% di Jabodetabek dan 41,2% diluar jabodetabek.

Akibatnya, persaingan antara perusahaan jasa pengiriman barang menjadi sangat intens. Setiap perusahaan berusaha keras untuk menciptakan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, kepercayaan, dan ketepatan dalam pengiriman.

Menurut Mancintosh *and* Lockskin (2009:489) pengertian keyakinan customer : “*define trust as one party’s confidence in an exchange partner’s reliability and integrity*”. Defenisi keyakinan customer tersebut, menunjukkan Pihak yang percaya dan meyakini kejujuran dan integritas mitra dalam bertransaksi. Menurut Aminah, (2017:50) ketepatan pengiriman merupakan “kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dalam *batch* minim. Kepuasan pelanggan merupakan hasil kinerja perusahaan yang dilihat oleh pelanggan, dan hasilnya sesuai dengan harapan pelanggan. (Kotler, 2012:78).

Terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli yakni kepercayaan. Kepercayaan ini dikaitkan dengan rasa loyalitas kepada suatu brand diatas. pelanggan pada *brand* diatas yang juga dapat diartikan bahwa pelanggan tersebut menerima brand tersebut sesuai dengan harapannya. Kepercayaan bisa dibangun dengan membuat ketepatan janji kepada pelanggan. Terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kepercayaan, yakni factor ketepatan pengiriman.

Defenisi ketepatan pengiriman adalah ketepatan waktu yang dilakukan oleh pihak kurir dalam pengantaran barang kepada pelanggan. Dan ketepatan pengiriman ditentukan juga oleh jarak lokasi dari pemasok/perusahaan ke

pelanggan agar para pekerja bagian pengiriman melakukan pengiriman tepat waktu (Aminah, 2017). Jika para pelanggan sudah merasa puas dengan menggunakan jasa pengiriman maka dipastikan pelanggan akan selalu menggunakan jasa pengiriman tersebut dan kemungkinan akan direkomendasikan oleh pelanggan kepada pembeli lain. Jika perusahaan juga fokus pada kepuasan pelanggan maka pelanggan juga akan memberikan penilaian kepuasan yang tinggi.

Berdasarkan survei sebelumnya dan pemantauan langsung di lapangan yang dilaksanakan oleh penulis, ditemukan adanya masalah terkait menurunnya kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh berkurangnya tingkat kepercayaan dan ketidakakuratan dalam pengiriman barang. Jika kenyataan melebihi keinginan, kualitas pelayanan dapat dianggap baik, sedangkan jika kenyataan kurang dari diingankan sehingga kualitas pelayanan dianggap buruk (Lupiyoadi, 2001). Kalau dirujuk kembali rating dan ulasan pada J&T Express Pangkalan Brandan, ditemukan bahwa kenyataan kurang dari yang diharapkan, berarti kualitas pelayanan tidak bermutu.

Banyaknya pelanggan di PT. J&T *Express* Pangkalan Brandan dibuktikan berdasarkan catatan transaksi yang terjadi selama tahun 2023 seperti pada tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Konsumen Periode Januari – Juni 2023**

No	Tahun 2023	Jumlah Konsumen J&T <i>Express</i> Perbulan	Rata-Rata Jumlah Konsumen J&T <i>Express</i> per Hari
1	Januari	306 Orang	10
2	Februari	284 Orang	10
3	Maret	300 Orang	10

No	Tahun 2023	Jumlah Konsumen J&T Express Perbulan	Rata-Rata Jumlah Konsumen J&T Express per Hari
4	April	280 Orang	9
5	Mei	230 Orang	7
6	Juni	200 Orang	6
<b>Jumlah</b>		<b>1.600 Orang</b>	<b>52</b>
<b>Jumlah Rata-rata</b>		<b>267 Orang</b>	<b>7</b>

*Sumber : PT. J&T Express Pangkalan Brandan*

Berdasarkan Tabel 1.1 merupakan jumlah bursa atau pelanggan yang memasok barang ke PT. J&T Express Pangkalan Brandan mengalami naik turunnya jumlah pelanggan. Pembeli meningkat pada bulan Januari dengan 306 transaksi. Penjualan ritel turun 284 di bulan Februari. Penjualan konsumen naik lebih dari 300 di bulan Maret.

Pada bulan April, transaksi konsumen mengalami penurunan sebesar 280. Penurunan juga terjadi pada bulan Mei karena terdapat 230 transaksi pada bulan April. Kemudian penurunan pada bulan Juni dan 200 pada bulan Mei. Inilah alasan mengapa J&T Express Pangkalan Brandan perlu pergantian dan mengoptimalkan pelayanannya. Langkah-langkah yang bisa diambil termasuk memperluas jangkauan layanan, memperlancar proses pengiriman, dan meningkatkan responsivitas petugas dalam menanggapi pelanggan yang mengirimkan paket. Semua ini merupakan pengalaman yang bisa dijalani oleh pelanggan saat memakai jasa pengiriman.

Beberapa keluhan pelanggan J&T Express Pangkalan Brandan pada rating dan ulasan yang disebut diatas adalah mengenai kepercayaan dan ketepatan pengiriman dalam pengiriman barang. Beberapa contoh kasus tentang ketepatan

pengiriman seperti yang diutarakan oleh Prilly Priscillia dalam ulasannya bahwa respon petugas J&T Express Pangkalan Brandan sangat lambat padahal dalam pemberitahuan paket sudah diantar kurir tapi sudah 2 hari gak sampai-smpai dan tiba-tiba udah gagal aja pemberituannya, padahal alamat sudah lengkap dan sudah tertera juga nomor handphone pembeli, Prilly Priscilla mengatakan poses pengantaran sangat lambat. Bahkan ada lagi yang mengeluhkan pengiriman lambat padahal dari Pangkalan Brandan ke Medan masa sampai semingguan, adminnya juga slow respon, sama sekali tidak peduli sepertinya.

Selanjutnya beberapa contoh kasus tentang kepercayaan konsumen kepada ekspedisi J&T Express Pangkalan Brandan yang diutarakan oleh Cindy bahwa petugas yang di depan malas, counter belum tutup sudah dibilang tutup. Padahal jelas-jelas disini tutup 18.00. Bahkan ada lagi yang mengeluh yang disampaikan oleh Sara bahwa pengiriman berkas yang penting lama sampai, sangat bertele-tele, giliran paket tersebut sampai malah berkasnya sudah ada yang sobek dan basah. Dan ada yang bilang bahwa kurir nya buruk dan attitude dalam berbicara 0, masa barang belum sampai tapi sudah dikonfirmasi sudah sampai dan ketika datang barang berbeda, pihak kurir emosi dan maki-maki saya kan ga cocok, mana omongannya tidak bagus dan kaya ga makan bangku sekolahan, buruk, terus pembatalan sepihak oleh kurir. Beberapa contoh kasus diatas membuat para konsumen tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan J&T Express Pangkalan Brandan sehingga hilang lah rasa kepercayaan konsumen untuk menggunakan J&T Express Pangkalan Brandan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mengambil topik dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express di Pangkalan Brandan**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Beberapa keluhan pelanggan J&T Express Pangkalan Brandan pada rating dan ulasan yang disebut diatas mengenai kepercayaan dan ketepatan pengiriman dalam pengiriman barang. Beberapa contoh kasus seperti yang diutarakan oleh Prilly Priscillia dalam ulasannya bahwa respon petugas J&T Express Pangkalan Brandan sangat lambat padahal dalam pemberitahuan paket sudah diantar kurir tapi sudah 2 hari gak sampai-smpai dan tiba-tiba udah gagal aja pemberituannya, padahal alamat sudah lengkap dan sudah tertera juga nomor handphone pembeli, Prilly Priscilla mengatakan proses pengantaran sangat lambat.

Selanjutnya diutarakan oleh Cindy bahwa petugas yang didepan malas, counter belum tutup sudah dibilang tutup. Padahal jelas-jelas disini tutup 18.00. Bahkan ada lagi yang mengeluh yang disampaikan oleh Sara bahwa pengiriman berkas yang penting lama sampai, sangat bertele-tele, giliran paket tersebut sampai malah berkasnya sudah ada yang sobek dan basah. Dan ada yang bilang bahwa kurir nya buruk dan attitude dalam berbicara 0, masa barang belum sampai tapi sudah dikonfirmasi sudah sampai dan ketika datang barang berbeda, pihak kurir emosi dan maki-maki saya kan ga cocok, mana omongannya tidak bagus dan kaya ga makan bangku sekolahan, buruk, terus pembatalan sepihak oleh kurir.

Beberapa contoh kasus diatas membuat para konsumen tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan J&T Express Pangkalan Brandan sehingga hilang lah rasa kepercayaan konsumen untuk menggunakan J&T Express Pangkalan Brandan.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang terjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* Pangkalan Brandan ?
2. Apakah ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* Pangkalan Brandan ?
3. Apakah Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* Pangkalan Brandan ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* Pangkalan Brandan.
2. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan pengiriman terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* Pangkalan

Brandan.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T *Express* Pangkalan Brandan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Guna memperluas pengetahuan dan wawasan penulis dalam bidang manajemen, khususnya mengenai dampak kepercayaan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai peninjauan dalam menetapkan langkah-langkah terbaik guna rencana pemasaran di masa depan. Selain itu, dapat pula digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai pengaruh kepercayaan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi serta sumbangsih pemikiran yang dapat membantu dan membangun wawasan pemikiran mahasiswa/i khususnya konsentrasi pemasaran di masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kepuasan Pelanggan**

##### **2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Perusahaan harus bekerja untuk memuaskan pelanggan agar dapat bersaing dengan sukses. Ini dapat dicapai, misalnya, dengan menawarkan produk yang berkualitas lebih tinggi, lebih terjangkau, lebih terampil dikirim, dan menawarkan layanan pelanggan yang lebih baik daripada pesaing. Bagaimanapun, kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggannya sangat penting.

Seperti yang dinyatakan oleh Kotler (2001) yang menyatakan bahwa rasa senang atau kecewa seseorang yang terjadi ketika membandingkan harapan mereka dengan pandangan mereka tentang kinerja atau hasil suatu produk dikenal sebagai kepuasan. Konsumen akan senang jika kinerjanya sesuai dengan harapan mereka; Jika itu di luar mereka, mereka akan sangat bahagia atau puas. Memberikan nilai pelanggan yang sangat baik adalah rahasia untuk memenangkan pelanggan baru.

Menurut Tjiptono (2008). kepuasan planggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian. Sedangkan menurut Keller (2012:78). Kepuasan pelanggan merupakan akibat respon pelanggan terhadap tindakan perusahaan, maka hasilnya akan sesuai dengan harapan pelanggan.

### 2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Harga, Meskipun harga dan kualitasnya sama, produk dengan harga yang relatif murah akan mempunyai nilai lebih bagi konsumen.
4. Pelanggan yang tidak perlu membayar, membayar ekstra atau membuang waktu untuk membeli produk merasa puas dengan produk tersebut.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Memang kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan akan mempengaruhi pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan kepada pelanggan setelah proses pembelian (*post purchase process*). Artinya jika pelanggan puas maka dia akan memesan produk yang sama lagi. Pelanggan yang senang dan tertarik akan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

### 2.1 3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat kegembiraan seseorang dalam membeli suatu produk atau layanan. Menurut Indrasari (2019:92), indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah: berdasarkan

- 1) Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan.
- 2) Niat untuk berkunjung kembali, atau kepuasan pelanggan, diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan membeli atau menggunakan layanan perusahaan lagi.
- 3) Kesiediaan untuk merekomendasikan, atau kepuasan pelanggan, diukur dengan menanyakan pelanggan apakah mereka akan merekomendasikan suatu produk atau layanan kepada orang lain, seperti keluarga atau teman.

## 2.2 Kepercayaan

### 2.2.1 Pengertian Kepercayaan

Pada penelitian ini konsep kepercayaan pelanggan dapat digunakan sebagai dasar dalam memahami sebuah konsep dan untuk mengukur sebuah rasa kepercayaan. Kepercayaan merupakan kunci penting bagi keberlangsungan sebuah bisnis dan usaha. Adapun kepercayaan merupakan suatu reaksi yang berasal dari pelanggan dalam mempercayai sebuah produk yang digunakan sebagai alat menjalin relasi jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). Menurut Norhermaya dan Soesanto (2016), kepercayaan sangat penting dibentuk untuk membangun rasa percaya dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Rasa puas pelanggan dalam

menggunakan produk dapat meningkatkan rasa kepercayaan yang tinggi, Sebagaimana dinyatakan oleh Widiyanto, kepercayaan pelanggan merupakan fondasi dari bisnis yang penting untuk mewujudkan dan melindungi pelanggan (Laely, 2016, p. 63). Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016) Menemukan bahwasanya kepercayaan mempunyai dampak positif dan relevan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan berbagai definisi kepercayaan di atas, maka kepercayaan pelanggan yang dibahas dalam penelitian ini adalah kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan karena pelanggan percaya bahwa perusahaan dapat memberikan bukti yang melebihi harapannya. Hal terpenting agar pelanggan dapat mempercayai perusahaan tertentu adalah janji yang diberikan kepada pelanggan itu benar, dapat ditepati, dan seluruh manajer serta karyawan perusahaan akan bekerja keras untuk memenuhi janji tersebut. Kepercayaan merupakan harapan yang muncul dari sekelompok orang yang mengelola transaksi dan memikirkan risiko.

### **2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Lutfi (2011:59), faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan adalah:

#### **1. Pengalaman**

Pengalaman berkaitan dengan aktivitas perusahaan, bisnis dan operasional perusahaan. Mendapatkan banyak pengalaman menarik dalam bisnis, termasuk ekonomi dan bidang lainnya, membantu perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

## 2. Kualitas pekerjaan

Kualitas pekerjaan adalah cara kerja perusahaan dan produk yang dapat dievaluasi oleh pelanggan atau masyarakat.

## 3. Pemahaman

Kemampuan perusahaan dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di perusahaan. Pengetahuan juga dapat membangun kepercayaan karena tingkat kejujurannya yang tinggi.

### 2.2.3 Indikator Kepercayaan

Geffen (dalam Yee dan Faziharudean, 2010) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen, yaitu:

#### 1. Integritas (*integrity*)

Adalah tanggapan konsumen bahwa perusahaan mematuhi prinsip-prinsip yang bisa diterima, seperti menepati janji, berkepribadian etis, dan jujur.

#### 2. Kebaikan (*Benevolence*)

Yang dilandaskan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang mempunyai tujuan dan motivasi yang menjadi keunggulan bagi organisasi lain ketika menghadapi kondisi baru muncul.

#### 3. Kompetensi (*Competence*)

Merupakan kemahiran dalam menanggulangi persoalan yang dialami oleh konsumen dan melaksanakan segala keperluannya.

Menurut (Flavian & Giunaliu, 2012:229) kepercayaan terbentuk dari tiga hal yaitu:

### 1. Kejujuran (*honesty*)

Kejujuran adalah percaya pada perkataan orang lain, percaya bahwa mereka akan menepati janjinya dan bersikap tulus pada kita.

### 2. Kebajikan (*benevolence*)

Kebajikan adalah tindakan yang mengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi.

### 3. Kompetensi (*competence*)

Kompetensi adalah Pemahaman tentang pengetahuan, keterampilan dalam menyelesaikan masalah, dan kemahiran guna menjalankan keperluan pihak lain yang dipunyai oleh suatu pihak.

## 2.3 Ketepatan Pengiriman

### 2.3.1 Pengertian Ketepatan Pengiriman

Ketersediaan pengiriman merupakan masalah mendesak bagi penyedia layanan logistik. Semua paket harus dikirimkan tepat waktu. Tentunya hal ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Ketepatan Pengiriman adalah ketepatan waktu pengiriman dan jaminan barang pesanan konsumen selamat hingga sampai tujuan menjadi ujung tombak perusahaan agar tetap dapat memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen (Handoko, 2010:235). Aminah dkk dalam jurnal Sakti dan Mafudz (2018) menjelaskan pengiriman tepat waktu adalah waktu sejak pelanggan memesan suatu produk hingga produk sampai ke tangan pelanggan. Dengan demikian, Pujawan dalam jurnal Aminah dkk (2017) menunjukkan bahwa ketepatan waktu

adalah kemampuan pemasok dalam mengirimkan paket tepat waktu dalam wilayah pengiriman yang terbatas. Penilaian dilakukan antara pemasok dan perusahaan mengenai kapasitas produksi dan kemampuan pengiriman tepat waktu. Menurut Chairil dan Ghozali (2001) dalam jurnal Lisnasari dkk (2016), waktu yang tepat adalah pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum kehilangan fungsinya.

Menurut Eviani dan Hidayat (2021) berpendapat bahwa ketepatan waktu dalam pengiriman sangat krusial dan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, perusahaan harus menerapkan disiplin waktu dengan baik. Semakin tepat waktu perusahaan dalam memenuhi komitmen pengiriman, semakin baik citra perusahaan tersebut, karena pelanggan akan merasa puas dan percaya terhadap layanan yang diberikan.

Menurut pemahaman peneliti, ketepatan waktu dapat diartikan sebagai proses pengiriman yang harus dilakukan sesuai dengan tanggal dan hari yang telah ditetapkan. Hal ini penting agar tidak menimbulkan keluhan dari pelanggan.

### **2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Pengiriman**

Menurut Lisnasari (2016) ada dua faktor yang mempengaruhi ketepatan pengiriman, yaitu:

1. Saat memilih layanan transportasi, pengiriman waktu merupakan salah satu hal terpenting.
2. Ketepatan pengiriman sangat dipengaruhi oleh metode transportasi jalur laut, udara dan darat.

### 2.3.3 Indikator Ketepatan Pengiriman

Indikator Ketepatan Pengiriman memiliki beberapa indikator menurut Pujawan sebagaimana dikutip dalam (Aminah dkk, 2017) ada 3 yaitu :

1. Transportasi yang digunakan

Transportasi yang digunakan adalah kendaraan yang digunakan oleh pengirim untuk mengirim barang yang dipesan oleh pelanggan sampai kepada penerima.

2. Estimasi barang sampai ke penerima

Perkiraan waktu yang diperkirakan barang yang akan sampai ke penerima.

3. Jarak yang ditempuh

Merupakan panjang keseluruhan lintasan yang ditempuh dari si pengirim hingga sampai kepada si penerima.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai dasar penyusunan penelitian. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang dilakukan oleh peneliti terdahulu sekaligus menjadi perbandingan atau gambaran yang mendukung untuk penelitian berikutnya.

**Tabel 2.1**  
**Peneliti Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Aminah et al (2017)	Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan	X1 : Ketepatan Pengiriman X2 : Kepercayaan Pelanggan Y : Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ketepatan pengiriman, kepercayaan pelanggan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap

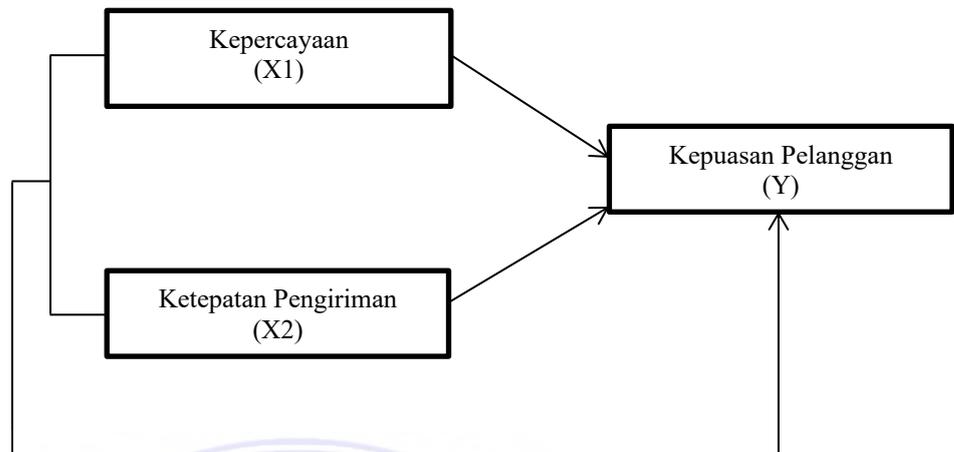
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
		Pelanggan		kepuasan pelanggan
2	Tania (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkal Pinang	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Ketepatan Pengiriman X3 : Fasilitas Y : Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman, fasilitas, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada PT Jalur Nugraha Ekakuriri (JNE) Pangkal Pinang
3	Nasution (2020)	Pengaruh Harga dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express di Kota Medan	X1 : Harga X2 : Ketepatan Pengiriman Y : Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa harga, ketepatan pengiriman, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express di Kota Medan
4	Sasha Dwi Harumi (2016)	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan.	X1: Kepercayaan X2 : Kepuasan Pelanggan Y : Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh kepercayaan, kepuasan pelanggan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan
5	Sakti & Mahfudz (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Kota Semarang	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Ketepatan Pengiriman X3 : Fasilitas Y : Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman, fasilitas, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kita Semarang

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
6	Septia Rachma Wardani 2015	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta	X1:Kepercayaan X2 : Kepuasan Y : Loyalitas	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kepercayaan, kepuasan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Jamaah Umroh PT. Nur Ramadhan Yogyakarta
7	Altje Tumbel 2016	Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan	X1:Kepercayaan X2: Kepuasan Y:Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini meyimpulkan bahwa kepercayaan, kepuasan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah pada PT. Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan

## 2.5. Kerangka Konseptual

Adapun yang dapat dijelaskan dari kerangka konseptual adalah konsep dugaan hasil sementara yang akan menjadi hipotesis pada sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2012), Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji. Kerangka konseptual merupakan konsep dugaan sementara antara variabel independen dengan variabel dependen yang diteliti beserta indikatornya.

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini disajikan pada gambar 2.1 berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Adapun yang dapat dijelaskan dari hipotesis penelitian menurut Sugiyon (2012:73) merupakan suatu dugaan terhadap masalah penelitian yang akan diteliti, sehingga harus dicari tau kebenarannya dengan metodologi penelitian yang ditentukan sehingga menjadi hasil penelitian yang konkrit berdasarkan data dan perhitungan secara nyata dan fakta.

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Pangkalan Brandan.
2. Ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Pangkalan Brandan.
3. Kepercayaan dan ketepatan pengiriman secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Pangkalan Brandan.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah pendekatan asosiatif, yang mana menurut Sugiyono (2012:11) merupakan pendekatan untuk mengetahui dua atau lebih pengaruh variabel independen dengan variabel dependen.

#### 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

##### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi pada penelitian ini berlokasi di Jalan Thamrin, Pelawi Utara, Kec.Babalan, Pangkalan Brandan, Sumatera Utara, Kode Pos 20857.

##### 3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang peneliti rencanakan dengan melakukan penelitian yang direncanakan berlokasi di Jalan Thamrin, Pelawi Utara, Kec.Babalan, Pangkalan Brandan, Sumatera Utara, Kode Pos 20857, yang akan dilaksanakan dari bulan Oktober 2023 sampai bulan Juni 2024.

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan	2023			2024									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept	Okt
1.	Pra Riset													
2.	Pengajuan Judul													
3.	Pembuatan Proposal													
4.	Bimbingan Proposal													

No.	Kegiatan	2023			2024										
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept	Okt	
5.	Seminar Proposal				■										
6.	Pengumpulan Data					■	■								
7.	Seminar Hasil									■					
8.	Meja Hijau														■

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah "suatu wilayah umum yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan" (Sugiyono, 2010, hlm. 115). Pelanggan yang telah menggunakan layanan pengiriman J&T Express Pangkalan Brandan merupakan populasi penelitian. 267 orang menggunakan J&T Express Pangkalan Brandan setiap bulan. Oleh karena itu, hanya dalam waktu enam bulan, 1.600 pelanggan menggunakan J&T Express Pangkalan Brandan.

#### 3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah total populasi yang digunakan pada penelitian ini. Para peneliti dapat memanfaatkan sampel dari populasi jika sangat besar dan tidak praktis untuk menyelidiki seluruh populasi, untuk alasan apa pun karena kurangnya sumber daya, waktu, atau energi, misalnya. Pendekatan sampel acak digunakan dalam penelitian ini karena anggota populasi dipilih secara acak, terlepas dari stratifikasi populasi. Menurut Slovin, rumus berikut digunakan untuk mendapatkan ukuran sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.600}{1+1.600(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.600}{1+1.600(0,01)}$$

$$n = \frac{1.600}{1+16}$$

$$n = \frac{1.600}{17}$$

$$n = 94,11$$

$$n = 94 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = Total sampel

N = Total Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan ( Standart Error 10%)

Adapun yang dapat disimpulkan dari perhitungan sampel menggunakan metode Slovin diatas maka banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 94,11 yang dibulatkan menjadi 94 responden.

### 3.4 Defenisi Operasional

Arah untuk melakukan cara perhitungan dari sebuah variabel merupakan pengertian dari definisi operasional. Arah dari definisi operasional tentunya sangat membantu dalam melakukan penelitian ini untuk menemukan informasi yang jelas sampai menjadi hasil penelitian yang konkrit. Adapun definisi operasional yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah reaksi dari pada konsumen	1. Kesesuaian Harapan	Likert

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
(Y)	yang secara berulang ulang membeli atau menggunakan jasa yang merasa puas akan pelayanan dengan sesuai yang diharapkan dari pelanggan tersebut.	2. Minat Berkunjung kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan	
Ketepatan Pengiriman (X2)	Ketepatan Pengiriman adalah tindakan dari sebuah perusahaan yang dilakukan oleh pekerja bidang pengiriman yang melakukan pengiriman sesuai dengan waktu yang dijanjikan atau yang ditentukan dan produk sampai kepada pelanggan dengan selamat sehingga pelanggan memberikan kepercayaan terhadap pelayanan ketepatan pengiriman tersebut.	1. Transportasi yang digunakan 2. Estimasi barang sampai ke penerima 3. Jarak yang ditempuh	Likert
Kepercayaan (X1)	Kepercayaan adalah reaksi yang berasal dari pelanggan terhadap penggunaan jasa atau pelayanan yang didapat oleh pihak pengiriman. Kepercayaan ini bisa digunakan sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan persahaan penyedia jasa.	1. Integritas ( <i>integrity</i> ) 2. Kebaikan ( <i>Benevolence</i> ) 3. Kompetensi ( <i>Comptence</i> )	Likert

Sumber: Penelitian Terdahulu

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a) Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian adalah definisi dari data primer. Data ini dapat diperoleh dari hasil kegiatan wawancara

ataupun data fisik dengan daftar kuisisioner yang langsung dibagikan kepada responden yaitu pelanggan dari J&T Express Pangkalan Brandan yang telah melakukan pembelian lebih dari 3 kali yang diolah dalam bentuk statistik.

#### b) Data Sekunder

Adapun yang dapat dijelaskan dari data sekunder adalah data yang bersumber dari sumber bacaan seperti buku, jurnal penelitian, artikel mengenai perkembangan perusahaan, profil perusahaan, struktur perusahaan, ataupun konteks yang berhubungan pada hipotesis pada penelitian ini.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015: 168-169) Data penelitian merupakan segala informasi yang digunakan untuk memecahkan hipotesis pada sebuah penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa teknik antara lain:

- 1) Pengamatan (*observation*), yaitu langsung melakukan penelitian ke objek penelitian dengan kegiatan pengamatan secara langsung.
- 2) Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu kuisisioner merupakan cara pengumpulan data yang mana berisi daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan berdasarkan indikator pada setiap variabel penelitian. Pada kuisisioner tersebut para responden bebas menentukan jawaban sesuai yang mereka alami sesuai pertanyaannya. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

**Tabel 3.3**  
**Bobot Nilai Angket**

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju. (SS)	5
Setuju. (S)	4
Kurang Setuju. (KS)	3
Tidak Setuju. (TS)	2
Sangat Tidak Setuju. (STS)	1

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Adapun uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas yang bertujuan untuk menguji layak tidaknya suatu kuisioner digunakan pada penelitian ini dan untuk menunjukkan hasil besar kecilnya kekonsistenan alat ukur jika diukur berulang kali. Adapun dinyatakan valid apabila hasilnya benar dan valid. Dan dinyatakan konsisten apabila hasil yang diperoleh tidak berbeda terhadap subjek yang sama (Jogiyanto 2010:135).

##### 3.7.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014: 35), validitas atau ketiadaan data yang diolah menentukan hasil tes ini; Instrumen yang valid menunjukkan validitas alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan data. Berikut kriteria yang digunakan saat melakukan validasi menggunakan aplikasi SPSS versi 27:

- 1) Pernyataan dianggap sah jika  $r_{calculate} > r_{tabel}$ .
- 2) Pernyataan dianggap keliru jika  $r_{calculate} < r_{tabel}$ .

##### 3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini digunakan uji reliabilitas yang mana untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah dapat diandalkan atau tidak pada penelitian ini jika

dilakukan secara berulang-ulang. Metode uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha*. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0.20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0.40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d 0.60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0.80, berarti reliabel
- 5) Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1.00, berarti sangat reliabel

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Data dalam penelitian ini ditemukan dengan menggunakan analisis grafis dan statistik yang dihasilkan oleh perhitungan regresi dengan SPSS untuk menilai normalitas data.

- 1) Histogram: Tes ini menggunakan asumsi bahwa data berbentuk lonceng adalah tipikal. Data dengan pola distribusi normal dianggap data yang baik. Data yang dicap di sebelah kanan atau kiri menunjukkan bahwa distribusi data tidak normal.
- 2) Grafik Probabilitas Plot Normal: Model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya. Model regresi gagal memenuhi asumsi normal jika data menyimpang secara signifikan dari diagonal dan / atau tidak mengikuti orientasi garis diagonal.

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini untuk menemukan gejala korelasi atau hubungan antara variabel independen atau independen dalam model regresi adalah tujuan dari uji multikolinearitas. Menurut asumsi multikolinearitas, variabel independen tidak dapat menunjukkan gejala terkait multikolinearitas. Untuk menguji multikolinearitas, seseorang dapat menentukan apakah ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai faktor inflasi varians (VIF) kurang dari 10. (Ghozali, 2011: 160).

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian. Jika hasil tes kurang dari 0,05 (Sig. < 0,05), artinya datanya heteroskedastik, tesnya heteroskedastik. Uji glajser merupakan salah satu uji statistik yang digunakan untuk memajukan variabel independen terhadap nilai absolut (Sukardi, 2008: 172).

## 3.9 Uji Statistik

### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software SPSS 20.00 for windows* yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)

- $X_1$  = Variabel bebas (Kepercayaan)  
 $X_2$  = Variabel bebas (Ketetapan Pengiriman)  
 $a$  = Konstanta  
 $b_{1,2}$  = Koefisien Regresi  
 $e$  = Standart error (tingkat kesalahan)

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Pada penelitian ini uji parsial ( uji t ) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing masing variabel independen dengan variabel dependen dengan tingkat keyakinan sebesar 95% ( $\alpha = 0,05$ ) sebagai asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

#### 3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Pada penelitian ini uji F atau biasa disebut uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari semua variabel independen secara bersamaan dengan variabel dependen dengan tingkat probabilitas 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

#### 3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada penelitian ini uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa dekat model yang digunakan terkait dengan dirinya sendiri. Koefisien determinasi, juga dikenal sebagai  $R^2$  yang dimodifikasi, adalah statistik yang menunjukkan kemampuan varians terikat atau sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Suatu model dianggap baik jika hubungan antara variabel independen dan dependen mendekati 1, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien besaran determinasi, yang berkisar antara 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini didukung pada hasil uji t dengan nilai nilai thitung sebesar 6,896 dengan sig. ,000. Hal ini berarti bahwa thitung  $>$  tTabel (1,986) maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel kepercayaan (X1) dengan taraf  $\alpha = 5\%$ .
- 2) Ketepatan pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung pada hasil uji t dengan nilai nilai thitung sebesar 2,462 dengan sig. 0,016. Hal ini berarti bahwa thitung (2,462)  $>$  tTabel (1,986) maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel ketetapan pengiriman (X2) dengan taraf  $\alpha = 5\%$ .
- 3) Kepercayaan dan ketepatan pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh uji F dengan nilai sebesar 42,434 Tingkat signifikansinya adalah 0,000. Hasil Fhitung lebih tinggi jika dibandingkan dengan Ftabel dengan nilai sebesar 3,096. Pada titik ini nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf signifikansinya ( $\alpha = 0,05$ ).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- 1) Disarankan kepada Manajer J&T Express Pangkalan Brandan agar dapat menjaga kepercayaan pelanggan dengan konsisten agar pelanggan tidak kecewa dengan ekspedisi J&T Express Pangkalan Brandan. Menjaga kepercayaan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang jelas tentang status pengiriman atau rute pengiriman barang dari pelanggan sehingga tidak menunggu lama dan ketepatan pengiriman tanpa ada keluhan.
- 2) Disarankan kepada Manajer J&T Express Pangkalan Brandan agar dapat menjalankan visi misi dengan ketepatan pengiriman barang agar pelanggan tidak kecewa dengan keterlambatan paket yang sudah dipesan

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, et. al, Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang), *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, Volume 17, Nomor 2, September, 2017.
- Aminah, dkk. 2017. Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Pangkalpinang, *Jurnal Profesif Manajemen Bisnis*, Vol. 17. No. 2
- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang). 17(September), 49–61.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik* , 1(1), 11–19.
- Flavian, G. (2012). Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth in The Health Care Industry. *Managing Service Quality*, 19(2), 229–241.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif:Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (1st ed., Vol. 1). Unitomo Press.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan.Jakarta: Erlangga.
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Lisnasari, N., Rudi, A., & Pratiwi, D. (2016). Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu dan tarif pengiriman barang atau jasa terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada PT Kerta Gaya Pusaka). *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb)*, 13(November), 33–41.

- Lisnasari, Nova, dkk. "Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu dan Tarif Pengiriman Barang atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Kerta Gaya Pusaka)," *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, Vol. 13, No. 2 (2016).
- Nasution, Adinda Rizki. *Pengaruh Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express di Kota Medan*. Diss. Universitas Sumatera Utara, 2020.
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang (studi pada online store lazada.co.id). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
- Nst, Ika Selvia Umayya. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi eka adhayani aksara medan*. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
- Sakti, B. J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada J & T Express Kota Semarang ). *Journal of Manajemen*, 7, 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>.
- Sakti, Brillyan Jaya, and Mahfudz Mahfudz. "Analisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (studi pada J&T Express Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 7.4 (2018): 137-144.
- Soegoto, A. S. (2013). Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1271–1283. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2548>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (cetakan kesebelas). CV. Alfabeta.
- Tania, Tania. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam*. Diss. Prodi Manajemen, 2021.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: ANDI.
- Yin, yee, and T.M. Faziharudean. 2010. *Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia*. *Journal of Eletronic Banking Systems Faculty of Businness And Accountancy*. University Of Malaya

**Lampiran 1. DAFTAR PERYATAAN****VARIABEL BEBAS KEPERCAYAAN (X1)**

NO	KETERANGAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Intregitas (<i>integrity</i>)</b>						
1	Saya percaya bahwa PT. J&T Express memenuhi tanggung jawabnya terhadap pelanggan					
7	PT. J&T Express akan memberikan hasil yang memuaskan kepada konsumen terhadap nilai kepuasan pelanggan					
<b>Kebaikan (<i>Benevolence</i>)</b>						
8	PT. J&T Express selalu memenuhi tanggung jawabnya kepada pelanggan guna memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggan.					
9	PT. J&T Express selalu memahami kebutuhan dan mengutamakan kepentingan konsumen.					
<b>Kompetensi (<i>Competence</i>)</b>						
10	PT.J&T Express mengetahui jenis pelayanan yang diinginkan konsumen.					
11	PT. J&T Express mampu menghadapi keluhan yang dihadapi konsumen.					

**VARIABEL BEBAS KETEPATAN PENGIRIMAN (X2)**

NO	KETERANGAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Transportasi Yang Digunakan</b>						
1	PT. J&T Express menggunakan transportasi jalur darat.					
2	PT. J&T Express juga menggunakan transportasi via udara dan via kereta api sehingga meminimalisir kendala yang akan datang.					
<b>Estimasi Barang Sampai ke Penerima</b>						
1	Pengiriman J&T. Express adalah 1-2 hari kerja, maksimal 3 hari kerja paket sudah diterima.					
2	Di PT. J&T Express barang dapat dijemput sendiri digudang sehingga mempersingkat waktu penerimaan barang tersebut.					
<b>Jarak Yang Ditempuh</b>						
1	PT. J&T Express mencakup seluruh wilayah Indonesia.					
2	PT. J&T Express juga mencakup wilayah terpencil					

**VARIABEL TERIKAT KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

NO	KETERANGAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Kesesuaian Harapan</b>						
1	Kualitas pelayanan yang diberikan PT. J&T Express sesuai dengan harapan pelanggan.					
2	Konsumen merasa puas dengan harga yang diberikan sesuai dengan jenis pelayanan.					
<b>Minat Berkunjung Kembali</b>						
1	Konsumen merasa puas dan kembali menggunakan jasa pengiriman J&T Express.					
2	Saya pasti akan berkunjung kembali menggunakan jasa ekspedisi J&T xpress.					
<b>Kesediaan Merekomendasikan</b>						
1	Saya akan merekomendasikan kepada teman atau saudara untuk menggunakan ekspedisi J&T Express.					
2	Saya merekomendasikan J&T Express untuk menjadipilihan utama dalam menggunakan jasa pengiriman.					

### Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPERCAYAAN (X1)						JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	
1	1	2	3	4	5	6	21
2	3	4	5	4	4	4	24
3	5	4	5	4	4	4	26
4	3	4	5	3	4	5	24
5	5	5	5	5	5	4	29
6	3	4	5	3	4	3	22
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	4	3	5	4	3	24
9	5	5	4	4	4	4	26
10	3	3	5	3	3	5	22
11	4	5	4	5	5	4	27
12	5	4	4	3	4	3	23
13	4	4	4	4	4	5	25
14	5	4	4	3	5	4	25
15	4	5	3	3	5	4	24
16	5	4	4	5	3	3	24
17	5	4	4	5	3	4	25
18	4	5	4	4	4	4	25
19	5	5	5	5	5	5	30
20	3	5	4	4	4	4	24
21	4	5	3	3	3	5	23
22	5	5	5	4	4	3	26
23	5	5	5	5	4	4	28
24	4	5	4	5	3	4	25
25	4	5	3	5	4	4	25
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	4	3	4	5	25
28	5	4	5	5	4	5	28
29	4	5	4	5	3	4	25
30	5	4	4	5	3	4	25
31	4	5	4	4	4	4	25
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	4	3	5	4	3	24
35	5	5	4	4	4	4	26
36	3	3	5	3	3	5	22
37	4	5	4	5	5	4	27
38	5	4	4	3	4	3	23

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPERCAYAAN (X1)						JUMLAH
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	4	3	5	4	3	24
41	5	5	4	4	4	4	26
42	3	3	5	3	3	5	22
43	4	5	4	5	5	4	27
44	5	4	4	3	4	3	23
45	4	4	4	4	4	5	25
46	4	4	4	4	4	5	25
47	4	5	4	5	3	4	25
48	5	4	3	4	5	3	24
49	4	5	5	5	5	5	29
50	5	4	4	3	4	3	23
51	5	3	3	4	3	3	21
52	4	3	2	4	4	4	21
53	5	4	3	4	4	4	24
54	5	4	5	3	4	3	24
55	5	4	3	5	4	3	24
56	5	5	4	4	4	4	26
57	3	3	5	3	3	5	22
58	4	5	4	5	5	4	27
59	5	4	4	3	4	3	23
60	4	4	4	4	4	5	25
61	4	4	4	4	4	5	25
62	4	5	4	5	3	4	25
63	4	4	5	5	3	5	26
64	3	3	3	3	4	5	21
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	4	3	5	4	3	24
68	5	5	4	4	4	4	26
69	3	3	5	3	3	5	22
70	4	5	4	5	5	4	27
71	5	4	4	3	4	3	23
72	4	4	4	4	4	5	25
73	4	4	4	4	4	5	25
74	4	5	4	5	3	4	25
75	4	4	4	4	4	5	25
76	4	4	4	4	4	5	25
77	4	5	4	5	3	4	25
78	5	3	4	4	3	4	23

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPERCAYAAN (X1)						JUMLAH
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	4	3	5	4	3	24
82	5	5	4	4	4	4	26
83	3	3	5	3	3	5	22
84	4	5	4	5	5	4	27
85	5	4	4	3	4	3	23
86	4	4	4	4	4	5	25
87	4	5	4	5	3	4	25
88	5	4	3	4	5	3	24
89	4	5	5	5	5	5	29
90	5	4	4	3	4	3	23
91	5	3	3	4	3	3	21
92	4	3	2	4	4	4	21
93	5	4	3	4	4	4	24
94	5	4	5	3	4	3	24

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KETEPATAN PENGIRIMAN (X2)						JUMLAH
1	1	2	3	4	5	6	21
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	3	5	4	3	24
4	5	5	4	4	4	4	26
5	3	3	5	3	3	5	22
6	4	5	4	5	5	4	27
7	5	4	4	3	4	3	23
8	4	4	4	4	4	5	25
9	4	5	4	5	3	4	25
10	5	4	3	4	5	3	24
11	4	5	5	5	5	5	29
12	5	4	4	3	4	3	23
13	5	3	3	4	3	3	21
14	4	3	2	4	4	4	21
15	5	4	3	4	4	4	24
16	5	4	5	3	4	3	24
17	4	4	4	4	4	5	25
18	5	4	4	3	5	4	25
19	4	5	3	3	5	4	24
20	5	4	4	5	3	3	24
21	5	4	4	5	3	4	25

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KETEPATAN PENGIRIMAN (X2)						JUMLAH
22	4	5	4	4	4	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	5	4	4	4	4	25
25	4	5	3	3	3	5	23
26	5	5	5	4	4	3	26
27	5	5	5	5	4	4	28
28	4	5	4	5	3	4	25
29	4	5	3	5	4	4	25
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	4	4	3	4	5	25
32	5	4	5	5	4	5	28
33	4	5	4	5	3	4	25
34	5	4	4	5	3	4	25
35	4	5	4	4	4	4	25
36	5	4	4	5	3	4	25
37	4	5	4	4	4	4	25
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	4	3	5	4	3	24
41	5	5	4	4	4	4	26
42	3	3	5	3	3	5	22
43	4	5	4	5	5	4	27
44	5	4	4	3	4	3	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	3	5	4	3	24
47	5	5	4	4	4	4	26
48	3	3	5	3	3	5	22
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	4	3	4	4	5	25
51	4	5	5	5	5	5	29
52	5	4	4	3	4	3	23
53	5	3	3	4	3	3	21
54	4	3	2	4	4	4	21
55	5	4	3	4	4	4	24
56	5	4	5	3	4	3	24
57	5	4	3	5	4	3	24
58	5	5	4	4	4	4	26
59	3	3	5	3	3	5	22
60	3	3	3	3	4	5	21
61	4	4	4	4	4	4	24

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KETEPATAN PENGIRIMAN (X2)						JUMLAH
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	4	3	5	4	3	24
64	5	5	4	4	4	4	26
65	3	3	5	3	3	5	22
66	4	5	4	5	5	4	27
67	5	4	4	3	4	3	23
68	4	4	4	4	4	5	25
69	4	4	4	4	4	5	25
70	4	5	4	5	3	4	25
71	4	4	4	4	4	5	25
72	5	3	4	4	3	4	23
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	4	3	5	4	3	24
76	5	5	4	4	4	4	26
77	3	3	5	3	3	5	22
78	4	5	4	5	5	4	27
79	5	4	4	3	4	3	23
80	4	4	4	4	4	5	25
81	4	5	4	5	3	4	25
82	5	4	3	4	5	3	24
83	4	5	5	5	5	5	29
84	5	4	4	3	4	3	23
85	5	3	3	4	3	3	21
86	3	3	5	3	3	5	22
87	4	5	4	5	5	4	27
88	5	4	4	3	4	3	23
89	4	4	4	4	4	5	25
90	4	5	4	5	3	4	25
91	5	4	3	4	5	3	24
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	4	4	3	4	3	23
94	5	5	5	5	5	5	30

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)						JUMLAH
1	1	2	3	4	5	6	21
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	5	25

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)						JUMLAH
5	5	5	5	4	5	5	29
6	5	4	4	3	4	3	23
7	4	4	4	4	4	5	25
8	4	5	4	5	3	4	25
9	5	4	3	4	5	3	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	5	25
12	5	5	5	4	5	5	29
13	5	4	5	3	4	3	24
14	4	4	4	4	4	5	25
15	5	4	4	3	5	4	25
16	4	5	3	3	5	4	24
17	5	4	4	5	3	3	24
18	5	4	4	5	3	4	25
19	4	5	4	4	4	4	25
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	5	4	4	4	4	25
22	4	5	3	3	3	5	23
23	5	5	5	4	4	3	26
24	4	5	5	4	5	5	28
25	5	4	5	5	5	5	29
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	5	5	5	5	29
28	4	5	5	4	5	5	28
29	5	4	5	5	5	5	29
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	4	5	5	5	5	29
32	5	4	4	5	3	4	25
33	4	5	4	4	4	4	25
34	5	4	4	5	3	4	25
35	4	5	4	4	4	4	25
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	4	3	5	4	3	24
39	5	5	4	4	4	4	26
40	3	3	5	3	3	5	22
41	5	4	5	5	5	5	29
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	5	5	5	5	29
44	4	5	5	5	5	5	29

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)						JUMLAH
45	5	4	4	3	4	3	23
46	5	3	3	4	3	3	21
47	4	3	2	4	4	4	21
48	5	4	3	4	4	4	24
49	5	4	5	3	4	3	24
50	5	4	3	5	4	3	24
51	5	5	4	4	4	4	26
52	3	3	5	3	3	5	22
53	3	3	3	3	4	5	21
54	4	4	4	5	4	4	25
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	3	5	4	3	24
57	5	5	4	4	4	4	26
58	4	4	4	4	4	5	25
59	4	4	4	4	4	5	25
60	4	5	4	5	3	4	25
61	4	4	4	4	4	5	25
62	5	3	4	4	3	4	23
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	4	3	5	4	3	24
66	5	5	4	4	4	4	26
67	3	3	5	3	3	5	22
68	4	5	4	5	5	4	27
69	5	4	4	3	4	3	23
70	4	4	4	4	4	5	25
71	4	5	4	5	3	4	25
72	5	4	3	4	5	3	24
73	3	4	4	3	4	5	23
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	4	4	5	25
76	4	3	5	4	3	5	24
77	5	4	4	4	4	5	26
78	3	5	3	3	5	5	24
79	5	4	5	5	4	5	28
80	4	4	3	4	3	5	23
81	4	4	4	4	5	5	26
82	5	4	5	3	4	5	26
83	4	3	4	5	3	5	24
84	5	5	5	5	5	5	30

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)						JUMLAH
85	4	4	4	5	4	5	26
86	5	4	5	4	3	3	24
87	5	4	5	5	4	5	28
88	4	4	3	4	3	5	23
89	4	4	4	4	5	5	26
90	5	4	5	3	4	5	26
91	4	3	4	5	3	5	24
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	4	5	4	5	26
94	5	4	5	4	3	3	24



### Lampiran 3 Hasil Olah Data Penelitian

#### Uji Validitas

Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q3.1	0,361	0,666	Valid
Q3.2	0,361	0,752	Valid
Q3.3	0,361	0,576	Valid
Q3.4	0,361	0,796	Valid
Q3.5	0,361	0,688	Valid
Q3.6	0,361	0,819	Valid

#### Uji Reliabilitas

##### Reliabilitas Data Variabel Kepercayaan (X1)

###### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item (pertanyaan)s
<u>.891</u>	<u>6</u>

##### Reliabilitas Data Variabel Ketepatan Pengiriman (X2)

###### Reliability Statistics

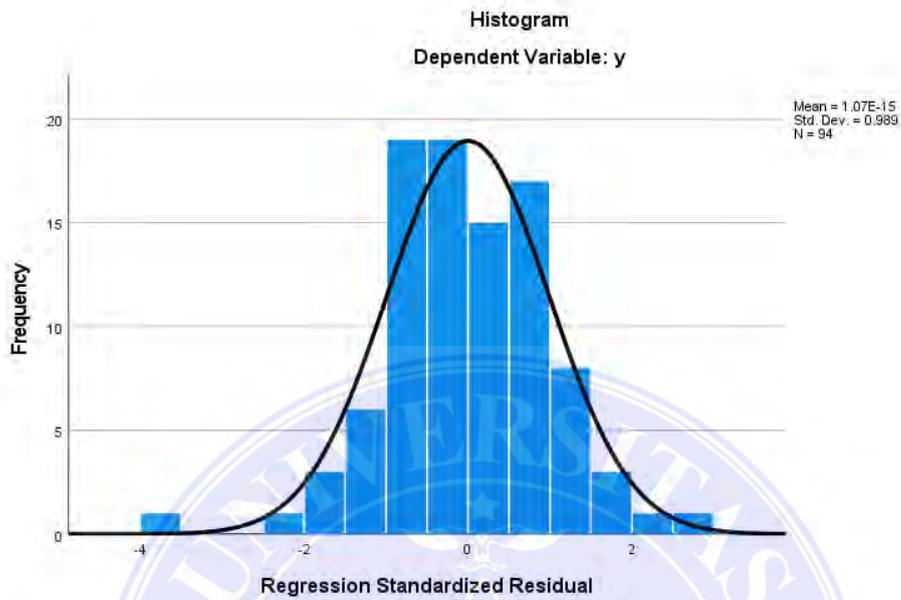
Cronbach's Alpha	N of Item (pertanyaan)s
<u>.864</u>	<u>6</u>

##### Reliabilitas Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

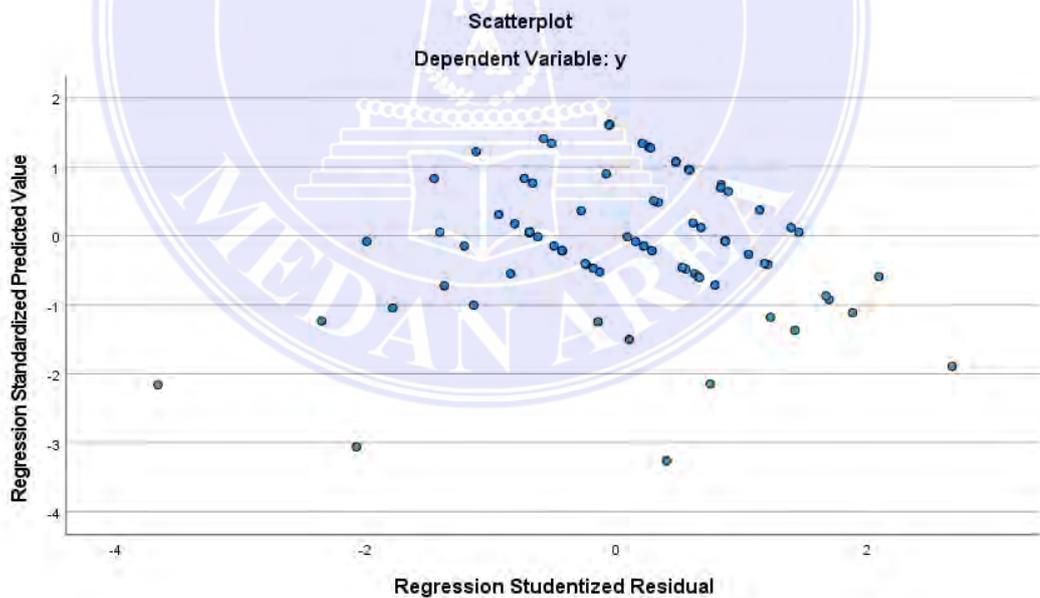
###### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item (pertanyaan)s
<u>.880</u>	<u>6</u>

### Uji Normalitas



### Uji Heteroskedastisitas



## Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.684	.911		5.141	.000		
	X1	.414	.060	.568	6.896	.000	.825	1.225
	X2	.106	.043	.203	2.462	.016	.820	1.221

a. Dependent Variable: Y



## Lampiran 4 Surat Pengantar Riset



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366078, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.loma.ac.id email fakultas.ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 139 /FEB /01.1/ II /2024 12 Februari 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**J&T Express Pangkalan Brandan**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

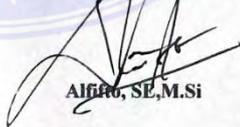
**N a m a** : SARIFAH SIANTURI  
**NPM** : 208320001  
**Program Studi** : **Manajemen**  
**Judul** : **Pengaruh Kepercayaan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express Di Pangkalan Berandan**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**A.n Kaprodi**  
**Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi**  
**Program Studi Manajemen**

  
**Alfaro, SE, M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

## Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

**J&T EXPRESS**  
-Express Your Online Business-

**J&T EXPRESS**  
**DP PANGKALAN BRANDAN**  
Alamat : Jalan Thamrin, Pelawi Utara, Kec. Babalan, Pangkalan Brandan, Sumatera Utara  
Telp : +062-0341-1383 Website : www.jet.co.id

---

Nomor : 000/JET/0121 Brandan, 20 Maret 2024  
Hal : Surat Keterangan Selesai  
Melaksanakan Riset

Yth :  
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Universitas Medan Area

Di  
Tempat  
Menindaklanjuti surat dari Badan Riset dan Inovasi Daerah Pangkalan Brandan nomor  
000/JET/0121 Tanggal 15 Februari 2024 Perihal izin Riset, kami beritahukan bahwa :

Nama : Sarifah Sianturi  
NIM : 208320001  
Jurusan : Manajemen  
Lokasi : Jalan Thamrin, Pelawi Utara, Kec. Babalan, Pangkalan Brandan, Sumatera Utara  
Judul : Pengaruh Kepercayaan Dan Ketetapan Pengiriman Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express Di Pangkalan  
Brandan.

Adalah benar telah menyelesaikan Riset di Kantor J&T Pangkalan Brandan, Demikian disampaikan  
untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

**J & T EXPRESS**  
062 0341 1383  
Muhammad Afendi