

## PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE PADANGSIDIMPUAN

**Salsabila<sup>1</sup>, Ja'far Nasution<sup>2</sup>, dan Risna Hairani Sitompul<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Syek Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

*Salsabilajnr2002@gmail.com*

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang membuat kehidupan manusia semakin praktis telah mengubah perilaku konsumen dan kebiasaan berbelanja. Sebelumnya, penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara langsung di pasar tradisional. Pengeseran perilaku konsumen dalam membeli barang ini telah mendorong layanan ekspedisi layanan pengiriman barang semakin diminati setiap hari oleh masyarakat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dalam pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan non probability sampling, berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu pelanggan JNE Padangsidimpuan. Jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis secara parsial (uji-t), simultan (uji-f), dan koefisien determinan dengan menggunakan program spss versi 23. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan dengan hasil hitung  $(4,846) > t_{tabel} (0,2039)$  sehingga dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan. Kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan dengan hasil  $t_{hitung} (3,063) > t_{tabel} (0,2039)$ . Serta kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil  $F_{hitung} (27,161) > F_{tabel} (2,57)$ .

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### ABSTRACT

Technological developments that make human life more practical have changed consumer behavior and shopping habits. Previously, sellers and buyers made buying and selling transactions directly in traditional markets. This shift in consumer behavior in buying goods has encouraged freight forwarding services or expedition services to be increasingly in demand every day by people in Indonesia. This study aims to determine the influence of trust and service quality on customer satisfaction of JNE Padangsidimpuan. The methods carried out in the are descriptive and verifiable methods with a quantitative approach. Sampling was done using *non-probability sampling*, based on the criteria set by the researcher, namely JNE Padangsidimpuan customers. The number of samples was 96 respondents. Data collection techniques through the distribution of questionnaires. The data analysis technique used descriptive statistical analysis, validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, hypothesis test partially (t-test), simultaneously (f-test), and determinant coefficient with the spss program version 23. This study shows that trust has a significant influence on the results of tally  $(4,846) > t_{table} (0,2039)$  so that it can be said a significant effect on customer satisfaction of JNE Padangsidimpuan. Service quality also has a positive and significant influence on the satisfaction of JNE Padangsidimpuan with the results of  $t_{calculation} (3,063) > table (0,2039)$ . As well as trust and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the results of  $F_{cal} (27,161) > F_{table} (2,57)$ .

**Keywords:** *Trust, Customer Satisfaction, Service Quality*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang membuat kehidupan manusia menjadi lebih praktis mengubah perilaku konsumen dan kebiasaan berbelanja. Jika sebelumnya penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara langsung di pasar tradisional. Saat ini dengan perkembangan teknologi penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi jual beli secara online. Pergeseran perilaku konsumen dalam membeli barang inilah mendorong jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Keterbatasan jarak antara penjual dan pembeli bukan lagi halangan, karena sudah di jembatani oleh jasa pengiriman.

Bisnis pengiriman merupakan salah satu sektor usaha yang saat ini memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi, seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Pengguna jasa pengiriman memiliki harapan kepada perusahaan jasa pengiriman. Ekspektasi dari pelanggan jasa pengiriman ialah pengiriman barang tepat waktu, barang diterima dengan kondisi baik, memiliki harga yang relatif terjangkau, pilihan jenis layanan lengkap, dan dapat melacak posisi barang kapan saja.

Perkembangan perusahaan pengiriman barang ini membawa konsekuensi perkembangan yang sekaligus memberikan peluang yang besar bagi perusahaan pengiriman barang/jasa ekspedisi. Berdasarkan pola pikir masyarakat yang berkembang, hal tersebut mendorong keinginan masyarakat untuk melakukan proses pengiriman untuk mencapai suatu wilayah atau lokasi tertentu dalam waktu yang relatif singkat.

PT. Jalur Nugraha Ekakurir yang lebih dikenal dengan JNE merupakan salah satu perusahaan di bidang pengiriman barang/jasa. Perusahaan ini didirikan pada 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Awalnya perusahaan ini didirikan sebagai sebuah divisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) untuk mengurus jaringan kurir internasional yang kegiatannya berpusat pada penanganan kegiatan antara lain urusan kepabean, impor barang, serta pengantaran barang/dokumen, jasa angkutan dan kargo dari luar negeri ke Indonesia. (*Profil JNE*) Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang akhirnya memutuskan untuk menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri yang membedakannya dengan TIKI. (Langgeng Sri Handayani, Apriel Trariesta: 2023)

JNE mempunyai keunggulan tersendiri dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lainnya, tetapi perlu disadari bahwa perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lainnya juga memiliki keunggulan-keunggulan yang perlu diperhitungkan. (JNE: 2019) Menurut data survey yang dilakukan Markplus Inc, sejak Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala (PSBB) oleh pemerintah kegiatan diluar rumah dibatasi sehingga masyarakat yang tinggal dirumah yang menyebabkan belanja online meningkat drastis. Hal ini juga dirasakan oleh perusahaan ekspedisi, sehingga perusahaan ekspedisi mengalami peningkatan sebanyak 30 persen. Tingginya frekuensi pengiriman pada penjualan online seperti lazada, shoppee, toko pedia, dan lain-lain. Hal tersebut membuat pengiriman pada perusahaan ekspedisi semakin berkembang. Fenomena tersebut

dapat disimpulkan bahwa minat konsumen yang tinggi terjadi pada barang dan jasa. Perkembangan e-commerce ini mempengaruhi peningkatan terhadap distribusi pengiriman barang dan jasa, sehingga pelanggan membutuhkan suatu pelayanan dengan kualitas yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

## **TINJAUAN TEORITIK**

### **KEPUASAN PELANGGAN**

Strategi yang harus diutamakan oleh pelaku usaha adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan pembeli yang puas terhadap produk atau jasa dan membeli kembali dan menggunakan jasa atau produk tersebut. (Meithiana Indasari: 2019) Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. (Lintang Ayu Srtyani: 2019)

Proses pembentukan kepuasan pelanggan dimulai dari pengalaman masa lalu, informasi-informasi dari kerabat atau relasi dan informasi yang disampaikan oleh perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh Perusahaan antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, kepercayaan dan biaya. (Lupiyoadi: 2006)

Sebuah bisnis dengan kualitas pelayanan yang tinggi maka akan mempengaruhi kebutuhan konsumen sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Peningkatan kualitas pelayanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Tujuan ini dapat dicapai dengan memahami dan meningkatkan proses operasional mengidentifikasi masalah-masalah dengan cepat dan sistematis membangun pengukuran kinerja pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan.

Fenomena yang biasanya terjadi pada faktor kualitas pelayanan pada jasa pengiriman ini biasanya respon layanan pelanggan yang lambat, kurir tidak profesional, layanan pelanggan yang tidak profesional, serta masalah lainnya yang ditimbulkan dari faktor kualitas pelayanan tersebut. (Chairunnisa Arris: 2022)

Peneliti melakukan wawancara dengan saudari Delipah Sari Pane bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan JNE Padangsidempuan baik dan pelanggan merasa puas. Adapun hal yang diterima oleh pelanggan seperti kurir yang mengantarkan barang kepadanya sangat ramah dan sopan. Saudari berharap agar kualitas pelayanan tetap terus dilakukan demi menjaga kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE Padangsidempuan. (Delipah Sari Pane: 2024).

Peneliti melakukan wawancara dengan saudari Siti Anum bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan JNE Padangsidempuan kurang dan pelanggan merasa kurang puas. Adapun hal yang diterima oleh pelanggan seperti jika paket sudah datang dan ia tidak berada di lokasi maka kurir menghubunginya dengan sangat tidak ramah dan hanya ingin menitipkan kepada yang lain agar tidak kembali lagi untuk mengirimkan paket saudari. Saudari berharap agar JNE Padangsidempuan lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan

bagi pelangganya. (Siti Anum: 2024)

Pengalaman pelanggan terhadap kepuasan melalui jasa pengiriman JNE dapat dilihat dari Indonesia Review pelanggan. Indonesia Review adalah situs yang menjadi wadah dalam pengumpulan ulasan, opini, dan keluhan terhadap semua toko dan toko online di seluruh Indonesia. Dari keterangan yang terdapat pada gambar hasil Indonesia Review menunjukkan bahwa terdapat semua penilaian yang dilambangkan dengan gambar bintang dengan hasil pelanggan yang merasa puas dan tidak puas selama menggunakan jasa pengiriman JNE dapat memberikan rating dari segi pemesanan, harga, layanan, dan pengiriman secara keseluruhan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan penelitian Kuantitatif Deskriptif. Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sansarulaini: 2022)

Teknik pengumpulan data kuantitatif deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. (Risna Hairani Sirompul: 2023)

## HASIL PENELITIAN

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data-data yang telah dideskripsikan dari data sebelumnya berdasarkan instrumen penelitian yang sudah divalidkan dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Data yang dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk statistik dengan melakukan pengujian hipotesis untuk pengambilan keputusan yang dirangkum dalam uji di bawah ini:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) dan sebaliknya. Hasil uji validitas kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

## a. Uji Validitas Kepercayaan (X1)

**Tabel 1 Uji Validitas Kepercayaan (X1)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
K1	0,852	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ( $93-2$ ) = 91 pada taraf signifikan 5% diperoleh dari $r_{tabel} = 0,2039$	Valid
K2	0,888		Valid
K3	0,892		Valid
K4	0,877		Valid
K5	0,874		Valid
K6	0,888		Valid

*Sumber: Data Diolah Dari spss23*

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kepercayaan pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

## b. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

**Tabel 2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
KP1	0,872	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ( $93-2$ ) = 91 pada taraf signifikan 5% diperoleh dari $r_{tabel} = 0,2039$	Valid
KP2	0,889		Valid
KP3	0,878		Valid
KP4	0,884		Valid
KP5	0,881		Valid
KP6	0,879		Valid
KP7	0,857		Valid
KP8	0,924		Valid
KP9	0,875		Valid
KP10	0,865		Valid

*Sumber: Data Diolah Dari Spss23*

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 10 dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

**Tabel 3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
KP1	0,910	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2 (93-2) = 91$ pada taraf signifikan 5% diperoleh dari $r_{tabel} = 0,2039$	Valid
KP2	0,903		Valid
KP3	0,875		Valid
KP4	0,918		Valid
KP5	0,867		Valid
KP6	0,875		Valid

*Sumber: Data Diolah Dari Spss23*

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari masing masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha 0,60, jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik dan sebaliknya. Uji reabilitas dari variabel trend fashion, harga, kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian, penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kepercayaan	0,941	6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,967	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,944	6	Reliabel

***Sumber: Data Diolah Dari Spss23***

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Sebagaimana yang dijelaskan di atas maka dilihat kesimpulan instrumen masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

### 3. Uji Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang data- data penelitian seperti, mean, median, standar deviasi, modus, dan lain- lain. Masing-masing variabel yaitu Kepercayaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada tabel IV.7 sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	95	9	30	22.63	5.403
kualitas pelayanan	95	15	50	37.91	8.943
kepuasan pelanggan	95	9	30	23.27	4.917
Valid N (listwise)	95				

***Sumber: Data Diolah Dari Spss23***

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah:

- Variabel Kepercayaan (X1), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 9 sedangkan nilai maksimum sebesar 30 dan rata-rata trend fashion 22,63, standar deviasi data kepercayaan sebesar 5,403.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X2), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 15 sedangkan nilai maksimum sebesar 50 dan rata-rata harga 37,91, standar deviasi data harga sebesar 8.943.

- c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 9 sedangkan nilai maksimum sebesar 30 dan rata-rata kualitas produk 23,27, standar deviasi data kualitas produk sebesar 4,917.

#### 4. Uji Normalitas

**Tabel 6 Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72651268
Most Extreme Differences	Absolute	.182
	Positive	.182
	Negative	-.130
Test Statistic		.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.0300 <sup>c</sup>

**Sumber: Data Diolah Dari Spss23**

Berdasarkan Hasil uji pada tabel 6 diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan adalah 0,300 dan lebih besar dari 0,05 Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov – Smirnov test*.

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan yang dihasilkan dalam bentuk  $\hat{y}$  ( $y$  topi) digunakan untuk menyatakan bahwa data yang diperoleh dari persamaan regresi adalah data prediksi. Berikut merupakan hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7 Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.675	.789		4.659	.000
	Kepercayaan	.528	.109	.580	4.846	.000
	kualitas pelayanan	.202	.066	.367	3.063	.003

**Sumber: Data Diolah Dari Spss23**

$$KP = 3,675 + 0,528K + 0,202KP + 0,789$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

- Nilai Konstanta (a) sebesar 3,675 artinya apabila variabel kepercayaan, kualitas pelayanan dianggap konstanta atau nilainya 0, maka peningkatan keputusan pembelian produk pakaian muslimah sebesar 3,675 .
- Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan ( $b_1$ ) sebesar 0,528 artinya apabila kepercayaan meningkat 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,064. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $b_2$ ) sebesar 0,202 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat 1 maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,358 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.

## 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

### a. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 <sup>a</sup>	.371	.358	.97737

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan , kepercayaan

b. Dependent Variable: ABRESID

**Sumber:**

**Data**

**Diolah Dari Spss23**

Berdasarkan hasil uji tabel 8 regresi koefisien determinasi model summary pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,358. Hal ini menunjukkan arti bahwa 35,8 % variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, sisanya sebesar 64,2 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.

### b. Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial disebut dengan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$  pengujian hipotesis Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$ , diterima dan  $H_0$  ditolak Hal ini berarti variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan sebaliknya, Adapun hasil uji t sebagai berikut.

**Tabel 9 Uji Parsial t (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.675	.789		4.659	.000
Kepercayaan	.528	.109	.580	4.846	.000
kualitas pelayanan	.202	.066	.367	3.063	.003

**Sumber: Data Diolah Dari Spss23**

Berdasarkan hasil uji t diperoleh menggunakan rumus  $df = n - k - 1 = 93 - 3 - 1 = 89$  dengan menggunakan nilai sigfikansi  $10\% : 2 = 5\%$  yang diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 0,2039.

- 1) Pada variabel kepercayaan bahwa  $t_{hitung} (4, 846) > t_{tabel} (0, 2039)$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan, maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak.
- 2) Pada variabel kualitas pelayanan bahwa  $t_{hitung} (3, 063) > t_{tabel} (0, 2039)$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat kepuasan pelanggan, maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak.

c. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Jika  $F_{hitung}$  maka  $> F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak Hal ini berarti variabel X, dan X secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya. Adapun hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 10 Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	51.892	2	25.946	27.161	.000 <sup>b</sup>
Residual	87.883	92	.955		
Total	139.774	94			

a. Dependent Variable: ABRESID

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan , kepercayaan

**Sumber: Data diolah dari SPSS 23**

Berdasarkan data tabel , dengan kriteria di atas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 27,161 >  $F_{tabel}$  sebesar 2,57 (df 1=k-1) atau 5-1 = 4 (df 2= n-k-1) atau 53-4-1= 48 = F (2,57) sehingga secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

### Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpuan. Data diolah dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 23. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f), maka diperoleh hasil yaitu:

a. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpuan.

Hasil analisis yang dilakukan pada penelitian pada variabel kepercayaan bahwa  $(4,846) > t_{tabel}$  (0,2039) maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan, maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Yayan Handayana, dan Andryana Mei Evita Sari (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE ekpress Pondok Gede. Almira Ratih Renaningtyas dan Fadhli Nursali (2024), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi). Nov Elhan Gea (2022), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE Gunung Sitoli.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan adalah kepercayaan yang diberikan secara profesional kepada pelanggan ini sudah baik dan sesuai harapan pelanggan sehingga tertarik untuk memakai jasa di perusahaan tersebut. JNE menunjukkan kemampuan, ketulusan, keterpercayaan terhadap pelanggan.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.

Hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} (3,063) > t_{tabel} (0,2039)$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Almira Ratih Renaningtyas dan Fadhli Nursali (2024), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi). Tiara Vega Permatasari (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Jakarta.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE Padangsidimpuan. Maka dari itu, banyak pelanggan yang merasa senang menggunakan jasa JNE Padangsidimpuan tersebut. JNE memberikan kualitas pelayanan berupa kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan berwujud sesuai dengan harapan pelanggan.

c. Pada variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai  $F_{hitung} (27,161) > F_{tabel} (2,57)$  Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Yayan Handayana, dan Andryana Mei Evita Sari (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE ekpress Pondok Gede. Almira Ratih Renaningtyas dan Fadhli Nursali (2024), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi). Tiara Vega Permatasari (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Jakarta

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan JNE yaitu tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE sudah sangat memenuhi dan sesuai dengan seluruh indikator yang berlaku.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpuan yaitu:

- a. Pada variabel kepercayaan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} (4,846) > t_{tabel} (0,2039)$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan, maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak.
- b. Pada variabel kualitas pelayanan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} (3,063) > t_{tabel} (0,2039)$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat kepuasan pelanggan, maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak.
- c. Pada variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan. Dapat dibuktikan dengan melihat nilai  $F_{hitung} (27, 161) > F_{tabel} (2,57)$ . Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

## Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi merupakan suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan. Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari hasil penelitian maka implikasinya adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pada hasil yang ditemukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena kepercayaan yang diberikan secara profesional kepada pelanggan ini sudah baik dan sesuai harapan pelanggan sehingga tertarik untuk memakai jasa di perusahaan tersebut.
- b. Berdasarkan pada hasil yang ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE Padangsidimpuan. Maka dari itu, banyak pelanggan yang merasa senang menggunakan jasa JNE Padangsidimpuan tersebut.
- c. Berdasarkan pada hasil yang ditemukan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.

## Daftar Pustaka

- Chairunnisa Arris. Hubungan Kepuasan pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Medan Amplas, Skripsi. Medan: Universitas Medan Area. 2022.
- Langgeng Sri Handayani dan Apriel Trariesta. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dalam Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 1, No.2, 2023.
- Lintang Ayu Srtyani. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, Skripsi. 2019.
- Lupiyoadi. lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh Perusahaan. 2006.
- Meithiana Indasari. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Skripsi, Surabaya: Unitomo Press. 2019.
- Risna Hairani Siompul. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Impress Kota Padangsidempuan Selama Pandemic Covid-19. Dalam Jurnal Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik, Vol. 7. No. 1. 2023.
- Sansarulaini. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Pratama Padangsidempuan, Skripsi, Padangsidempuan, Mahasiswa Uin Syahada Padangsidempuan. 2022.