



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada J&T Express di Masyarakat Desa Rumah Tiga)

Rosalina Lefteuw¹, Geradin Rehatta^{*}

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pattimura Ambon, Indonesia

| Article Info | ABSTRAK |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen | Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen khususnya dalam konteks layanan yang disediakan oleh J&T Express. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif serta metode survei dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada konsumen yang menggunakan layanan pengiriman barang dari J&T Express. Variabel kualitas pelayanan yang dievaluasi termasuk bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sedangkan kepuasan meliputi kesesuaian harapan, minat pembelian ulang dan kesediaan merekomendasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Rumah Tiga dengan teknik pengambilan sampel secara purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan J&T Express memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Aspek-aspek seperti bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) berkontribusi secara positif terhadap kepuasan konsumen yang meliputi kesesuaian harapan, minat pembelian ulang, dan ketersediaan untuk merekomendasikan. |
| Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction | ABSTRACT <i>This research aims to investigate the influence of service quality on consumer satisfaction, specifically within the context of services provided by J&T Express. The study utilizes a quantitative approach and employs survey methodology, gathering data through questionnaires distributed to consumers using J&T Express delivery services. Service quality variables assessed include physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, while customer satisfaction encompasses expectation confirmation, intention for repeat purchase, and willingness to recommend. The population for this study consists of residents in Rumah Tiga village, employing purposive sampling technique. The findings indicate that J&T Express service quality significantly impacts consumer satisfaction. Aspects such as physical evidence (tangible aspects), reliability, responsiveness, assurance, and empathy positively contribute to consumer satisfaction, covering expectation confirmation, intention for repeat purchase, and willingness to recommend.</i> |

***Corresponding Author:**

Geradin Rehatta

Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan IPS FKIP Unpatti

Jl. Ir. M. Putuhena Poka Ambon

geradinrehatta@gmail.com

Panduan Sitasi: Rehatta, G, Lefteuw. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada J&T Express di Masyarakat Desa Rumah Tiga). *Jurnal Jendela Pengetahuan*. 17(1), 1-10. <https://doi.org/10.30598/jp17iss1pp1-10>

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, industri pengiriman barang mengalami perkembangan yang pesat, memberikan konsumen banyak pilihan layanan pengiriman dengan kualitas pelayanan yang baik. Untuk meningkatkan daya saing, penting untuk memberikan pelayanan berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2012). Penyedia jasa pengiriman barang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja arus barang dari dan ke suatu wilayah, berfungsi sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan, termasuk dalam penyediaan akses transportasi baik untuk jarak dekat maupun jauh (Kotler & Armstrong, 2013).

Menurut Bernadine (2005), kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang erat hubungannya dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang minimal dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan akan kualitas pelayanan. Anggi (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu sistem strategis yang melibatkan seluruh unit organisasi, dari pimpinan hingga pegawai, untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Brillyan dan Mahfudz, 2018). Finaul Jannah (2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan dikelola untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kepuasan konsumen, menurut Aritonang dan Lerbin (2005), adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara kinerja aktual produk dengan harapan atas kinerja tersebut. Ibrahim dan Thawil (2019) menekankan bahwa kepuasan adalah hasil penilaian konsumen terhadap tingkat kenikmatan yang diperoleh dari produk atau jasa, bisa lebih atau kurang dari yang diharapkan. Definisi lain dari Kotler dan Keller (2009) menyebutkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara kinerja aktual produk dengan harapan konsumen. Lovelock dan Wright (2007) mendeskripsikan kepuasan sebagai reaksi pasca-pembelian, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan, dan kesenangan. Sementara Tjiptono (2014) menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai situasi kognitif pembeli yang terkait dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian hasil yang diperoleh dengan pengorbanan yang telah dilakukan.

Harapan konsumen dapat terungkap dari pengalaman mereka dalam menggunakan layanan suatu perusahaan jasa, dari referensi orang lain, dan dari informasi iklan (Nasution, 2004). Dalam memenuhi kebutuhan pengiriman barang, banyak perusahaan jasa pengiriman yang terus berkembang dan berkompetisi untuk memperoleh pangsa pasar (Yunus dan Budiyanto, 2014). Salah satu di antaranya adalah J&T Express, yang memiliki dampak penting dalam pertumbuhan perdagangan, baik dalam negeri maupun luar negeri. Permintaan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat. Kehadiran jasa pengiriman barang tidak hanya mempermudah masyarakat umum tetapi juga para pelaku bisnis. Terutama dalam bisnis online, penggunaan jasa pengiriman sangat penting untuk mengirimkan barang kepada pelanggan di seluruh Indonesia bahkan di luar negeri (Salma, 2019). Jumlah penggemar bisnis belanja online terus meningkat, mengakibatkan jasa pengiriman memiliki hubungan yang erat dengan para pelaku bisnis (Hidayah, 2018).

Dengan beragamnya jasa pengiriman barang di Indonesia, para pelaku bisnis perlu memilih dengan tepat jasa pengiriman yang akan digunakan. Melakukan survei terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan merupakan langkah penting untuk menilai kredibilitasnya (Sinaga, 2017). Selain itu, aspek-aspek seperti profesionalisme layanan, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan penggunaan jasa, dan ketersediaan asuransi atau jaminan pengiriman menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih jasa pengiriman barang (Wisnalmawati, 2005). Jasa sering dilihat sebagai fenomena yang kompleks. Istilah "jasa" memiliki berbagai arti, mulai dari layanan personal hingga jasa sebagai suatu produk. Menurut Lovelock & Wright (2011), jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya. Meskipun prosesnya terkadang terkait dengan produk fisik, kinerja pada dasarnya bersifat tidak nyata dan umumnya tidak menghasilkan kepemilikan atas

faktor-faktor produksi. Jasa juga dianggap sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu. Salah satu contohnya adalah layanan pengiriman barang (Sembiring, 2014).

J&T Express adalah perusahaan layanan pengiriman barang dan dokumen yang menggunakan teknologi informasi dalam operasionalnya. Mereka menawarkan keunggulan dengan layanan jemput barang, memungkinkan pelanggan untuk tidak harus datang ke kantor J&T, sejalan dengan moto mereka yang menyatakan adanya antar jemput barang secara gratis. Kepuasan konsumen di J&T Express ditentukan oleh beberapa faktor, terutama kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Setelah merasa puas dengan layanan yang diberikan, konsumen cenderung membandingkan pelayanan J&T Express dengan perusahaan lain. Jika konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menggunakan kembali layanan tersebut dan mungkin memberikan rekomendasi kepada orang lain tentang perusahaan tersebut (Tjiptono, 1997).

Masuknya layanan jasa pengiriman ke kota Ambon, termasuk salah satu cabang J&T Express di Jl. Ir. M. Putuhena, Rumah Tiga, Tlk. Ambon, Kota Ambon, Maluku, merupakan respons atas meningkatnya popularitas belanja online dan bisnis online di kota tersebut. Tingginya permintaan pengiriman barang di daerah Desa Wayame juga disebabkan oleh beragamnya penyedia jasa pengiriman seperti TIKI, JNE, Kantor Pos, Indah Logistik, dan Lion Parcel. Mereka menjadi pesaing bagi J&T Express di kota Ambon. Meskipun J&T Express memiliki reputasi yang cukup terkenal di mata masyarakat sebagai perusahaan kurir, kenyataannya masih ada kekurangan dalam kualitas layanan yang belum memuaskan bagi sebagian pelanggannya. Hal ini dirasakan oleh banyak masyarakat, khususnya di Desa Rumah Tiga, Kecamatan Teluk Ambon, Kota Ambon.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana peneliti mencoba untuk mengadakan penelitian ilmiah yang sistematis menggambarkan fakta dan hasil penelitian dalam bentuk data berupa angka-angka hasil perhitungan. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan survey dengan menyeleksi suatu sampel dari responden dan menggunakan kuesioner atau melakukan interviu untuk mengumpulkan informasi terhadap variable yang menjadi perhatian peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa Rumah Tiga yang menggunakan jasa J&T Express Teluk Ambon. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yaitu merupakan masyarakat Desa Rumah Tiga dan pernah menggunakan jasa J&T Express lebih dari 2 kali. Karena populasi masyarakat desa Rumah Tiga yang menggunakan jasa J&T Express Teluk Ambon tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow (dalam Riduwan & Akdon, 2010), sehingga pada penelitian ini pengambilan data dari sampel sejumlah 96 orang sebagai responden.

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner adalah pengumpulan data dengan meminta keterangan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan yang terkait dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini, angket atau kuesioner akan dibagikan pada sampel yang ditetapkan oleh peneliti. Pernyataan-pernyataan yang disajikan didalam kuesioner akan disertai dengan alternatif jawaban yang dipilih oleh responden dan diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Setiap pernyataan atau pertanyaan dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS), setuju (S), Netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif ini digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan kalimat. Analisis kuantitatif digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Untuk menganalisis data, sebelumnya dilakukan Uji reliabilitas untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dalam pengumpulan data atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten walaupun digunakan berulang pada waktu yang berbeda. Uji validitas untuk mengukur sejauh mana kesyahihan instrumen kuesioner yang akan digunakan dalam pengumpulan data dan Uji Regresi Sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen), persamaan fungsi regresi dengan rumusnya menurut Suyono (2018:05) sebagai

$$KT = \alpha + \beta KP + \varepsilon$$

Keterangan:

KT = Kepuasan Konsumen

β = koefisien regresi

KP = Kualitas Pelayanan J&T Express

α = Intercept

ε = residual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas adalah bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2016:52). Kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh pernyataan tersebut dan dikatakan valid jika skor masing-masing pernyataan berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Pengujian validitas sendiri dilakukan dengan kriteria tertentu yaitu;

1. jika r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 5% atau 0.05 maka instrumen dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel dengan taraf signifikan 5% atau 0.05 maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini perhitungan uji validitas menggunakan program SPSS. Untuk mencari r tabel peneliti menggunakan rumus $df=N-2$. Dimana jumlah responden dikurangi 2, jadi $96-2=94$ dan r tabel nya yaitu 0,2006. Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

Pada tabel 1, menunjukkan bahwa terdapat 5 item variabel kualitas pelayanan yang tidak valid yaitu r hitung $<$ r tabel dengan nilai r tabel sebesar 0,2006, maka instrumen dinyatakan tidak valid. Sedangkan ada 15 item variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria valid yakni mempunyai r hitung $>$ r tabel dengan tingkat taraf signifikan 5% atau 0.05 (r tabel sebesar 0,2006), sehingga dapat digunakan dalam pengolahan data selanjutnya.

Beberapa butir pernyataan X1.1 yang tidak valid adalah J&T Express Teluk Ambon memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman. Berdasarkan koesioner yang sudah disebarkan kepada responden diketahui bahwa rata-rata jawaban dari responden adalah netral. Karena tidak semua responden pernah mengunjungi kantor J&T Express itu sendiri. Sehingga responden tidak mengetahui apakah kantor J&T Express Teluk Ambon memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman melainkan responden hanya menunggu pengantaran paket ke alamatnya.

Selanjutnya butir pernyataan X1.7 tidak valid adalah pelayanan jasa J&T Express Teluk Ambon tetap dilakukan pada saat hari libur. Berdasarkan data dari responden rata-rata sebagian besar menjawab tidak adanya pengantaran paket pada hari libur dan sebagian kecil menjawab adanya pengantaran paket pada hari libur.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

| Butir Item | R hitung | R tabel | Ket |
|------------|----------|---------|-------------|
| X1.1 | 0,161 | 0,2006 | Tidak Valid |
| X1.2 | 0,237 | 0,2006 | Valid |
| X1.3 | 0,363 | 0,2006 | Valid |
| X1.4 | 0,201 | 0,2006 | Valid |
| X1.5 | 0,515 | 0,2006 | Valid |
| X1.6 | 0,617 | 0,2006 | Valid |
| X1.7 | 0,058 | 0,2006 | Tidak Valid |
| X1.8 | 0,734 | 0,2006 | Valid |
| X1.9 | 0,114 | 0,2006 | Tidak Valid |
| X1.10 | 0,557 | 0,2006 | Valid |
| X1.11 | 0,477 | 0,2006 | Valid |
| X1.12 | 0,347 | 0,2006 | Valid |
| X1.13 | 0,436 | 0,2006 | Valid |
| X1.14 | 0,537 | 0,2006 | Valid |
| X1.15 | 0,174 | 0,2006 | Tidak Valid |
| X1.16 | 0,248 | 0,2006 | Valid |
| X1.17 | 0,516 | 0,2006 | Valid |
| X1.18 | 0,502 | 0,2006 | Valid |
| X1.19 | 0,448 | 0,2006 | Valid |
| X1.20 | 0,190 | 0,2006 | Tidak Valid |

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Butir pernyataan X1.9 tidak valid adalah J&T Express Teluk Ambon memiliki website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi tentang pengiriman dan pengantaran barang. Berdasarkan data dari responden website J&T Express Teluk Ambon hanya memiliki website untuk mempermudah mereka mengetahui tentang gambaran umum dari pada J&T Express Teluk Ambon itu sendiri tetapi untuk pengiriman dan pengantaran barang pengguna jasa hanya dapat memeriksa perkembangan pengiriman serta pengantaran pakatnya melalui aplikasi yang mereka gunakan. Contohnya tik-tok shop, shopee dan lasada.

Butir pernyataan X1.15 tidak valid adalah J&T Express Teluk Ambon membuat pelanggan merasa aman atas transaksi mereka. J&T Express Teluk Ambon hanya bekerja pada bidang pengantaran barang dari aplikasi atau toko belanja online kepada pelanggan tetapi dalam hal transaksi lebih kepada toko yang menjual barang dan pelanggan, sehingga untuk rasa aman atau tidaknya, pelanggan bisa memberikan komplein langsung kepada aplikasi atau toko yang menjual barang tersebut. Maka disimpulkan bahwa pernyataan ini sulit untuk diukur kebenarannya.

Butir pernyataan X1. 20 tidak valid adalah J&T Express Teluk Ambon bersikap ramah dan sopan saat melayani pelanggan. Rata-rata responden menjawab tidak adanya sikap ramah dan sopan yang diberikan oleh karyawan J&T Express Teluk Ambon dilihat Ketika pengantaran barang kepada pengguna jasa mereka langsung memberikan tanpa adanya ucapan terima kasih dan juga Ketika berkomunikasi dengan pengguna jasa, karyawan tidak menggunakan bahasa Indonesia yang baik dengan pengguna jasa. serta keterlambatan karyawan dalam memberikan informasi terkait barang pengguna jasa.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada 5 item pernyataan variabel kualitas pelayanan yang tidak layak. Sedangkan ada 15 item pernyataan variabel kualitas pelayanan yang dapat diandalkan dan layak untuk penelitian. Selanjutnya untuyk uji valkiditas kepuasan konsumen (Y), dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| Butir Item | R hitung | R tabel | Ket |
|------------|----------|---------|-------|
| Y1.1 | 0,795 | 0,2006 | Valid |
| Y1.2 | 0,799 | 0,2006 | Valid |
| Y1.3 | 0,385 | 0,2006 | Valid |
| Y1.4 | 0,646 | 0,2006 | Valid |
| Y1.5 | 0,813 | 0,2006 | Valid |
| Y1.6 | 0,564 | 0,2006 | Valid |

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Pada tabel 2, menunjukkan bahwa semua item variabel kepuasan konsumen mempunyai kriteria valid yakni mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel yang bernilai 0,2006. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel kepuasan konsumen dapat diandalkan dan layak untuk pengolahan data selanjutnya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menghitung *cronbach's alpha* dalam masing-masing instrumen dalam satu variabel. Satu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0.6 (Nunnally, 1978). Hasil pengujian uji reliabilitas terhadap masing-masing item butir instrumen variabel terlihat pada penjelasan tabel berikut ini.

Tabel 3. Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X) | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .699 | 20 |
| Kepuasan Konsumen (Y) | |
| .770 | 6 |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3, Hasil uji realibilitas terhadap item butir instrument variabel kualitas pelayanan dan kepuasan kosnsumen, menunjukkan hasil uji signifikan korelasi (r) lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.6, mulai dari variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) maka dapat dinyatakan bahwa semua item instrumen koesioner konsisten atau reliabel untuk dapat digunakan dalam pengolahan data selanjutnya.

Uji Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil penelitian serta pengumpulan data, kajian dilakukan dengan pendekatan analisis kuantitatif dan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode statistik regresi linear sederhana, dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, yakni pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada J&T Express Di Masyarakat Desa Rumah Tiga). Hasil regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

| Variabel | Unstandardized Coefficients (B) | t hitung | Sig. | Keterangan |
|----------|---------------------------------|----------|-------|------------|
| Constant | 1.066 | | | |
| X1 | .245 | 5.692 | 0.000 | Signifikan |
| R | | 0.506 | | |
| R Square | | 0.256 | | |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Variabel terikat pada analisis regresi ini adalah, kepuasan konsumen sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon. Model regresi berdasarkan hasil analisis dengan bantuan program SPSS dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$KK = 1.066 + 0.245KP$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah, $\beta = 0.245$ nilai parameter atau koefisien regresi menunjukkan bahwa setiap variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon cukup baik, maka kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga akan meningkat sebesar nilai koefisien regresi atau dengan kata lain setiap peningkatan kepuasan masyarakat Desa Rumah Tiga dibutuhkan variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon sebesar 0.245.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis guna membuktikan apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat maka dilakukan suatu analisis dengan metode uji t. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan perbandingan hasil uji t dan besarnya t tabel pada signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | Nilai | Status |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Kualitas Pelayanan J&T Express Teluk Ambon mempengaruhi kepuasan masyarakat desa Rumah Tiga | T t = 5.692 Sig t = 0.000 | Tolak H ₀ dan Terima H _a (Hipotesis diterima) |

Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon memiliki nilai t statistik/hitung sebesar 5.692. Nilai ini lebih besar dari nilai t tabel ($5.692 > 1,661$) dan tingkat probabilitas signifikannya $0.000 < 0.05$, dengan demikian hasil uji t, mengandung makna analisis yakni menunjukkan secara statistik bahwa, H_a diterima dan H₀ ditolak atau Hipotesis diterima. Hasil ini memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Masyarakat desa Rumah Tiga.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil perhitungan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon mempengaruhi kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga. Hasil ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0.245. Nilai merupakan nilai positif yang berarti peningkatan atau semakin baik kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon terhadap kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga. Nilai korelasi (r) merupakan indikator hubungan antara variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon sebagai variabel independen terhadap variabel kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga sebagai variabel dependen.

Hasil analisis korelasi yang diperoleh dari *output* regresi (terlampir) nilai hubungan variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon dengan kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga diperoleh nilai $r = 0.506$ menunjukkan bahwa hubungan variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 0.506 atau 50.6%.

Nilai koefisien korelasi (r) tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon dengan kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.506 atau 50.6%, berdasarkan interpretasi koefisien nilai r (Alma, 2009:81) menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon dengan kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga merupakan hubungan positif.

Nilai r^2 adalah nilai koefisien determinasi, merupakan indikator sumbangan variabel kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon sebagai variabel independen terhadap variabel kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga sebagai variabel dependen. Nilai $r^2 = 0.256$ angka ini menunjukkan bahwa variasi nilai kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang diperoleh sebesar 25,6% sedangkan sisanya, yaitu 74,4%, dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis.

Setiap tujuan pelayanan organisasi bisnis adalah untuk dapat konsisten menjaga kepuasan pelanggan dalam konteks pada Masyarakat Desa Rumah Tiga. Pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan cukup baik, dilihat dari koefisien yang telah dibagikan memperoleh data dengan nilai korelasi (r) sebesar 0.506 atau 50.6% tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan pelayanan pada setiap perusahaan sebaik mungkin. Peningkatan kepuasan konsumen secara konsisten merupakan bagian dari tujuan J&T Express Teluk Ambon.

Usaha peningkatan kepuasan konsumen J&T Express Teluk Ambon hanya dapat dicapai secara maksimal, apabila pimpinan dan karyawan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas baik bagi Masyarakat Desa Rumah Tiga secara konsisten. Pengelolaan J&T Express secara komersial membutuhkan manajemen bisnis yang efektif dan efisien, pengelolaan bisnis jasa J&T Express yang efektif memerlukan daya dukung pelayanan yang berkualitas.

Hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan pada J&T Express Teluk Ambon berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Masyarakat Desa Rumah Tiga. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon diidentifikasi dalam hal bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terbukti mempengaruhi kepuasan konsumen masyarakat Desa Rumah Tiga.

Penelitian ini menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam rangka upaya meningkatkan kepuasan konsumen J&T Express di Teluk Ambon terhadap kualitas pelayanan yang diberikan J&T Express yang secara umum dirasa cukup puas. Dalam menjaga tingkat kepuasan konsumen, kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon memberikan dalam hal Bukti fisik (*tangible*) merupakan tampilan fisik J&T Express Teluk Ambon, meliputi gedung, fasilitas untuk menunjang kepuasan konsumen antara lain memberikan tempat duduk yang cukup, dan lokasi yang strategis. Kehandalan (*reliability*), meliputi, kemampuan J&T Express Teluk Ambon untuk memberikan pelayanan cukup baik sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Daya tanggap (*responsiveness*) meliputi, kemampuan J&T Express Teluk Ambon untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Jaminan (*assurance*) meliputi pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para karyawan J&T Express Teluk Ambon untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada J&T Express Teluk Ambon. Empati (*empathy*) meliputi, pimpinan dan karyawan mengimplementasikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi, yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Adapun ada beberapa indikator dalam penelitian ini yang membuat konsumen merasa kurang puas yakni pelanggan tidak mengetahui tentang ruang tunggu dari kantor J&T Express Teluk Ambon, tidak adanya pengantaraan barang yang dilakukan pada saat hari libur, tidak adanya sikap ramah dan sopan yang diberikan oleh karyawan J&T Express.

Penelitian ini menjelaskan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, Hasil penelitian ini mendukung kajian Nurul Hidayah (2018) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Anggi Nadia Jeni Saputri (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

pelanggan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil kajian Salma Hafizha (2019) yang menyatakan bahwa

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
2. Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan
3. Tarif Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan.
4. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan

Hasil penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu menjelaskan bahwa salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan yang baik pula. Setelah pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan sehingga mereka akan terus menggunakan jasa J&T Express Teluk Ambon, maka dari itu perusahaan harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahannya suatu perusahaan. Dapat ditarik kesimpulannya bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terdapat pengaruh positif dan signifikan, sehingga secara statistik hipotesis H_a di terima dan H_o di tolak ($H_a \neq H_o$).

KESIMPULAN

Dari semua bentuk analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yang mana kualitas pelayanan J&T Express Teluk Ambon yang meliputi, bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen yang meliputi kesesuaian harapan, minat pembelian ulang, dan ketersediaan untuk merekomendasikan dinyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen masyarakat desa Rumah Tiga pada J&T Express Teluk Ambon. Hasil penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu menjelaskan bahwa salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan yang baik pula. Setelah pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan sehingga mereka akan terus menggunakan jasa J&T Express Teluk Ambon,

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Nadia Jeni Saputri. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express)". Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Volume 16 Nomor 1.
- Aritonang dan Lerbin. 2005. Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS. Jakarta: Gramedia.
- Bernadine. 2005. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Rumah Makan Pondok Laras di Kelapa Dua, Depok". Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 12, No. 3 September 2005, h. 318-336.
- Brillyan Jaya sakti, Mahfudz (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang). Jurnal of management. Vol. 7, No. 4, Tahun 2018, Halaman 1-8.
- Christopher Lovelock & Laurent K Wirght, 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. PT. Indeks Indonesia.
- Finaul Jannah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen J&T Express (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Purwokerto).
- Kotler, P, & Keller, K. L. (2013). Manajemen Perusahaan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019: 175-182.*
- M. Nur Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurul Hidayah. 2018. “Analisis Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang J&T Ekspres Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga”, *Artikel Ekonomi Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Salma Hafizha. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 1. 2019.*
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Fast Food Pizza Hut di Jakarta Selatan). *Jurnal Administrasi Bisnis, 15, 10.*
- Sinaga, r. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel harmoni batam.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153- 165.*
- Yunus dan Budiyanto. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol 3, No 12.*