

**PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN, KECEPATAN
PENGIRIMAN, DAN AKURASI PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA MASYARAKAT PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS DI KECAMATAN
NEGLASARI**

SKRIPSI

OLEH:

ALEXANDER PRAYOGA

20200500170

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN OPERASIONAL**



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2024

**PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN, KECEPATAN
PENGIRIMAN, DAN AKURASI PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA MASYARAKAT PENGGUNA
JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS DI KECAMATAN
NEGLASARI**

SKRIPSI

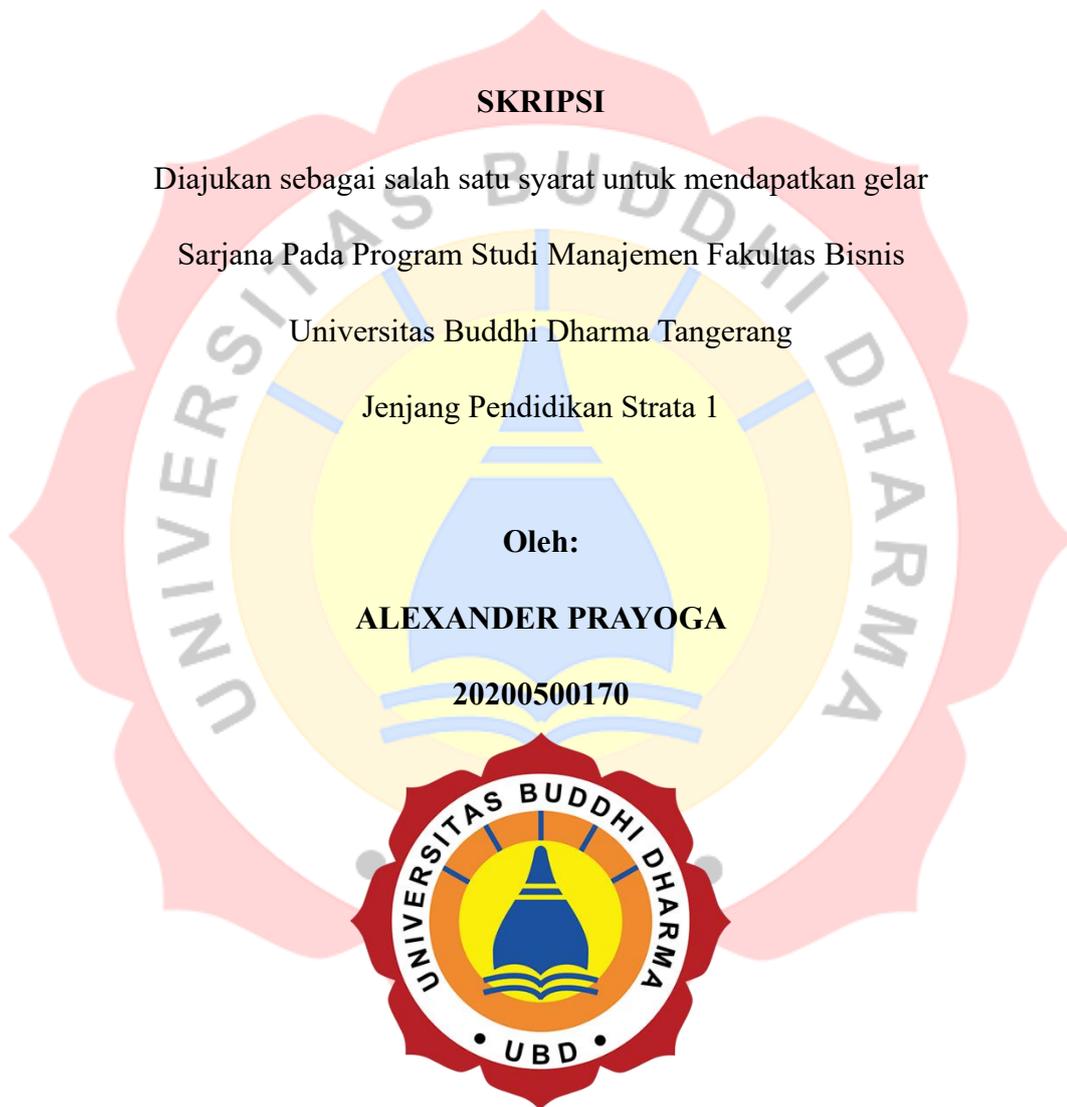
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Buddhi Dharma Tangerang

Jenjang Pendidikan Strata 1

Oleh:

ALEXANDER PRAYOGA

20200500170



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2024

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Alexander Prayoga

NIM : 20200500170

Konsentrasi : Manajemen Operasional

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 29 September 2023

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Sonny Santosa, S.E., M.M., CHRP.
NIDN : 0428108409



Eso Hernawan, S.E., M.M.
NIDN : 0410067609

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Alexander Prayoga

NIM : 20200500170

Konsentrasi : Manajemen Operasional

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salahsatu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen (S.M.)**.

Menyetujui,
Pembimbing,


Sonny Santosa, S.E., M.M., CHRP.
NIDN : 0428108409

Tangerang, 24 Januari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Eso Hernawan, S.E., M.M.
NIDN : 0410067609

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sonny Santosa, S.E., M.M., CHRP.
Kedudukan : Pembimbing
Menyatakan bahwa,
Nama Mahasiswa : Alexander Prayoga
NIM : 20200500170
Konsentrasi : Manajemen Operasional
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,
Pembimbing,



Sonny Santosa, S.E., M.M., CHRP.
NIDN : 0428108409

Tangerang, 24 Januari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Eso Hernawan, S.E., M.M.
NIDN : 0410067609

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Alexander Prayoga
NIM : 20200500170
Konsentrasi : Manajemen Operasional
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Sabtu, tanggal 2 Maret 2024.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji : **Andy, S.E., M.M.**
NIDN : 0427068101

Penguji I : **Dr. Toni Yoyo, S.TP, M.M., M.T.**
NIDN : 0416047310

Penguji II : **Fidellis Wato Tholok, S.E., M.M.**
NIDN : 0401127407

Dekan Fakultas Bisnis,



Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NIDN : 0427047303



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti: buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Jurusan atau Dekan atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan Keasliannya.
5. Persyaratan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 24 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Alexander Pravoga

NIM : 20200500170

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20200500170
Nama : Alexander Prayoga
Jenjang Studi : Strata I
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Operasional

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: “Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif di pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Maret 2024
Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEKNIK
239AKX831702769

Alexander Prayoga
NIM : 20200500170

PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN, KECEPATAN PENGIRIMAN, DAN AKURASI PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASYARAKAT PENGGUNA JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS DI KECAMATAN NEGLASARI

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mencari tahu sejauh mana biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk menguji apakah terdapat hubungan antara biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Analisis data yang dilakukan dengan uji-uji meliputi, uji frekuensi, validitas, reliabilitas, normalitas, heterokedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, Uji T (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan). Dengan menggunakan Teknik olah data *software* SPSS 18.

Menurut hasil Uji T menunjukkan terdapat pengaruh signifikan pada biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai signifikan masing-masing variabel dibawah 0,05. Nilai sig. Biaya Pengiriman 0,000, nilai sig. Kecepatan Pengiriman 0,000, dan nilai sig. Akurasi Pengiriman 0,000. Menurut hasil Uji F menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) pada biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan 0,000.

Kata Kunci: Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

THE EFFECT OF SHIPPING COSTS, DELIVERY SPEED, AND DELIVERY ACCURACY ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE JNE EXPRESS DELIVERY SERVICE USER COMMUNITY IN KECAMATAN NEGLASARI

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how far shipping costs, delivery speed, and delivery accuracy can influence customer satisfaction. To test whether there is a relationship between shipping costs, delivery speed, and delivery accuracy to customer satisfaction at the JNE Express delivery service user community in Kecamatan Neglasari

The data used in this research is prime data with a total sample of 70 respondents. Data analysis was carried out by tests including, frequency tests, validity, reliability, normality, heterokedasticity, multicollinearity, multiple linear regression, multiple correlation, coefficient of determination, T Test (Partial Test) and F Test (Simultaneous Test). By using SPSS 18 software for data processing techniques.

According to the results of the T Test, there is a significant influence on shipping costs, delivery speed, and delivery accuracy on partial customer satisfaction variables with significant values of each variable below 0.05. Sig. value Shipping Cost 0.000, sig. value Delivery Speed is 0.000, and the sig. value Delivery Accuracy 0.000. According to the results of Test F shows that there is a significant influence together (simultaneously) on shipping costs, delivery speed, and delivery accuracy on customer satisfaction variables with a significant value of 0.000.

Keywords: Shipping Cost, Delivery Speed, Delivery Accuracy, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji Syukur bagi sang Triratna, Para Buddha dan Bodhisattva, atas berkah dan anugerah-Nya atas selesainya Skripsi yang berjudul “Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari”, dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang diharapkan. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dari pihak lain. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesaikannya skripsi ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.
3. Bapak Eso Hernawan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.
4. Bapak Sonny Santosa, S.E., M.M., CHRP., selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bantuan, meluangkan waktu, dan pikirannya

serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat sampai terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh dosen pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
6. Bapak Andhika Nugraha K. M., S.STP., selaku Camat di Kecamatan Neglasari yang telah memberikan izin kepada penulis agar bisa melakukan penelitian.
7. Seluruh keluarga besar dan sanak saudara yang sudah mendukung, memberi motivasi serta doa.
8. Pada segenap teman-teman yang banyak membantu dan menyemangati, serta semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran untuk membangun kesempurnaan karya ini. Atas bantuan partisipasinya penulis ucapkan terima kasih.

Tangerang, 27 Desember 2023

Penulis,



Alexander Prayoga

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL LUAR	
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4

C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Gambaran Umum.....	10
1. Pengertian Manajemen.....	10
2. Pengertian Manajemen Operasional	11
3. Ruang Lingkup Manajemen Operasional	12
4. Pengertian Biaya Pengiriman.....	14
5. Pengertian Kecepatan Pengiriman	17
6. Pengertian Akurasi Pengiriman.....	19
7. Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
8. Faktor-faktor yang menyangkut Kepuasan Pelanggan.....	22
9. Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	24
10. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	25
B. Hasil Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran.....	30
D. Perumusan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32

B. Objek Penelitian.....	33
C. Jenis dan Sumber Data.....	34
1. Jenis Data.....	34
2. Sumber Data.....	35
D. Populasi dan Sampel.....	36
1) Populasi.....	36
2) Sampel.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Teknik Pengumpulan Data Primer.....	37
2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	39
F. Operasional Variabel Penelitian.....	39
G. Teknis Analisis Data.....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas.....	43
3. Uji Asumsi Klasik.....	44
4) Uji Regresi Linear Berganda.....	46
5) Uji Korelasi Berganda.....	47
6) Koefisien Determinasi (R Square).....	48
7) Uji T.....	48
8) Uji F (Simultan).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53

A.	Deskripsi Data Hasil Penelitian	53
1.	Karakteristik Reponden.....	54
2.	Tanggapan Responden	56
B.	Analisis Hasil Penelitian	96
1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	96
2.	Uji Asumsi Klasik.....	98
3.	Uji Regresi Linear Berganda.....	102
4.	Uji Regresi Linear Sederhana	103
5.	Uji Regresi Linear Berganda.....	106
6.	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	107
7.	Uji T (Uji Parsial).....	107
8.	Uji F (Uji Simultan).....	112
C.	Pembahasan.....	113
BAB V PENUTUP.....		116
A.	Kesimpulan	116
B.	Saran	118
 DAFTAR PUSTAKA		
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
 SURAT PERNYATAAN		
 LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II. 1 KERANGKA PEMIKIRAN..... 30

Gambar IV. 1 HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS 100



DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL II. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
TABEL III. 1 Skala Data	38
TABEL III. 2 Operasional Variabel Penelitian	39
TABEL III. 3 Korelasi Berganda.....	47
TABEL IV. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	54
TABEL IV. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
TABEL IV. 3 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	55
TABEL IV. 4 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 1.....	56
TABEL IV. 5 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 2.....	57
TABEL IV. 6 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 3.....	58
TABEL IV. 7 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 4.....	59
TABEL IV. 8 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 5.....	60
TABEL IV. 9 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 6.....	61
TABEL IV. 10 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 7.....	62
TABEL IV. 11 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 8.....	63
TABEL IV. 12 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 9.....	64
TABEL IV. 13 Tanggapan Responden mengenai Variabel X1 untuk pernyataan 10.....	65
TABEL IV. 14 Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 1.....	66
TABEL IV. 15 Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 2.....	67
TABEL IV. 16 Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 3.....	68
TABEL IV. 17 Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 4.....	69
TABEL IV. 18 Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 5.....	70

TABEL IV. 19	Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 6	71
TABEL IV. 20	Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 7	72
TABEL IV. 21	Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 8	73
TABEL IV. 22	Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 9	74
TABEL IV. 23	Tanggapan Responden mengenai Variabel X2 untuk pernyataan 10	75
TABEL IV. 24	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 1	76
TABEL IV. 25	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 2	77
TABEL IV. 26	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 3	78
TABEL IV. 27	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 4	79
TABEL IV. 28	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 5	80
TABEL IV. 29	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 6	81
TABEL IV. 30	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 7	82
TABEL IV. 31	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 8	83
TABEL IV. 32	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 9	84
TABEL IV. 33	Tanggapan Responden mengenai Variabel X3 untuk pernyataan 10	85
TABEL IV. 34	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 1	86
TABEL IV. 35	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 2	87
TABEL IV. 36	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 3	88
TABEL IV. 37	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 4	89
TABEL IV. 38	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 5	90
TABEL IV. 39	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 6	91
TABEL IV. 40	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 7	92
TABEL IV. 41	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 8	93
TABEL IV. 42	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 9	94

TABEL IV. 43 Tanggapan Responden mengenai Variabel Y1 untuk pernyataan 10.95	
TABEL IV. 44 Hasil Uji Validitas	96
TABEL IV. 45 Hasil Uji Reliabilitas	98
TABEL IV. 46 Hasil Uji Normalitas	99
TABEL IV. 47 Hasil Uji Multikolinieritas.....	101
TABEL IV. 48 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	102
TABEL IV. 49 Hasil Uji Korelasi Linear X1 Terhadap Y.....	103
TABEL IV. 50 Hasil Uji Korelasi Linear X2 Terhadap Y.....	104
TABEL IV. 51 Hasil Uji Korelasi Linear X3 Terhadap Y.....	105
TABEL IV. 52 Hasil Uji Korelasi Linear Berganda	106
TABEL IV. 53 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	107
TABEL IV. 54 Hasil Uji T (Uji Parsial) X1 Terhadap Y.....	108
TABEL IV. 55 Hasil Uji T (Uji Parsial) X2 Terhadap Y.....	109
TABEL IV. 56 Hasil Uji T (Uji Parsial) X3 Terhadap Y.....	110
TABEL IV. 57 Hasil Uji T	111
TABEL IV. 58 Hasil Uji F	113

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I KUESIONER
- LAMPIRAN II JAWABAN RESPONDEN
- LAMPIRAN III UJI SPSS
- LAMPIRAN IV TABEL R
- LAMPIRAN V TABEL T
- LAMPIRAN VI TABEL F



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, kegiatan bisnis yang terjadi pada saat ini sebagian besar ada proses campur tangan teknologi dan mesin. Hadirnya Perusahaan jasa logistik membuat kegiatan bisnis yang terjadi menjadi lebih mudah dan cepat. Dengan tujuan efektivitas dan efisiensi yang diharapkan, membuat Perusahaan jasa logistik harus terus berkembang mengikuti pergerakan pasar dari masa ke masa. Dalam dunia bisnis, kuatnya persaingan membuat suatu Perusahaan jasa logistik harus berinovasi dan membuat terobosan baru agar dapat meraih pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan Perusahaan jasa logistik dalam menghadapi persaingan yang ada yaitu dengan memaksimalkan tingkat kepuasan kepada pelanggan. Cara yang dilakukan dalam upaya memaksimalkan tingkat kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Pelayanan terbaik yang dapat diberikan Perusahaan jasa logistik yaitu dengan memaksimalkan waktu pengiriman dari Produsen sampai ke tangan pelanggan. Perusahaan dalam bidang operasional khususnya pada Perusahaan jasa logistik yang menyediakan jasa transportasi, pengiriman dan penjemputan barang merupakan alternatif yang menjadi pilihan oleh Perusahaan lain dalam memaksimalkan proses pengiriman menjadi lebih efektif dan efisien.

Dengan adanya penyedia jasa pengiriman, Perusahaan dapat mengekspansi pasarnya dan menggapai pelanggan yang berada diluar negeri

sekalipun. Perusahaan tidak perlu memikirkan segala biaya transportasi yang muncul pada saat pengiriman atau penjemputan barang, hanya dengan menggunakan layanan jasa pengiriman yang disediakan oleh Perusahaan jasa logistik yang ada, Perusahaan hanya menunggu dari barang itu dikirim hingga barang sampai ke pelanggan. Tetapi Perusahaan harus lebih berhati-hati dalam memilih dan menjadikan Perusahaan jasa logistik sebagai partner dalam kerja sama yang dilakukan. Perusahaan jasa logistik pada saat ini mengalami peningkatan pesaing dan tidak sedikit Perusahaan jasa logistik yang masih aktif dan beroperasi di Indonesia.

Hal ini diakibatkan oleh kebutuhan seseorang yang semakin hari semakin meningkat, dan didukung dengan kemajuan teknologi yang menciptakan pasar elektronik atau yang biasa disebut *e-commerce*. Seseorang dapat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya secara online. Sehingga layanan yang disediakan oleh jasa pengiriman atau ekspedisi di Indonesia menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan. Hal ini dikarenakan ketidakefisiensi yang tercipta apabila tidak adanya Perusahaan jasa logistik, yang dimana pembeli harus mendatangi atau bertemu dengan si penjual dengan jarak yang begitu jauh. Pasar elektronik atau *e-commerce* menjadi pasar yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, hal ini terbukti dengan banyak penjual yang mendaftarkan tokonya ke dalam pasar elektronik yang bertujuan agar dapat berjualan secara daring. Sehingga pengiriman yang terjadi terus meningkat

seiring ramainya transaksi jual beli yang terjadi pada pasar elektronik atau *e-commerce*.

Persaingan ketat tentu akan terjadi didalam industri Jasa Logistik ini. Indonesia memiliki beberapa Perusahaan jasa pengiriman baik milik negara atau *BUMN* seperti PT. Pos Indonesia maupun swasta seperti JNE, TIKI, J&T, dan lain sebagainya. Dengan adanya persaingan dalam industri jasa logistik ini, membuat Perusahaan yang ada terus meningkatkan layanan agar terciptanya nilai kepuasan pelanggan yang maksimal. Upaya yang harus dilakukan dan berkaitan dengan pokok masalah yang ada, yaitu dengan kualitas pengiriman.

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan variabel-variabel yang akan diteliti yaitu Biaya Pengiriman (X1), Kecepatan Pengiriman (X2), dan Akurasi Pengiriman (X3) sebagai variabel *independent* serta Kepuasan Pelanggan (Y1) sebagai variabel *dependen* dengan judul **“PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN, KECEPATAN PENGIRIMAN, DAN AKURASI PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MASYARAKAT PENGGUNA JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS DI KECAMATAN NEGLASARI”**.

B. Identifikasi Masalah

Beberapa dalam penelitian ini yang dapat diidentifikasi permasalahannya, sebagai berikut:

1. Tingginya biaya yang tercipta dalam perhitungan pengiriman berdasarkan jarak pengiriman.
2. Tingginya biaya yang tercipta dalam perhitungan pengiriman berdasarkan bobot berat suatu produk.
3. Terjadinya kerusakan pada transportasi pada saat pengiriman dilakukan yang mengakibatkan lamanya pengiriman, sehingga tidak sesuai dengan estimasi jadwal pengiriman yang sudah ditentukan.
4. Terjadinya kelambatan lalu lintas seperti kemacetan atau kecelakaan lalu lintas pada saat pengiriman dilakukan yang mengakibatkan lamanya pengiriman, sehingga tidak sesuai dengan estimasi jadwal pengiriman yang sudah ditentukan.
5. Kurangnya kelengkapan data pada saat menentukan pihak penerima, sehingga akurasi pengiriman yang terjadi dilapangan tidak sesuai dengan data yang diberikan.
6. Kurangnya kelengkapan data pada saat menentukan pihak pengirim, sehingga akurasi pengiriman yang terjadi dilapangan tidak sesuai dengan data yang diberikan.
7. Kurangnya kelengkapan data alamat yang dituju, sehingga akurasi pengiriman tidak maksimal dan produk tidak dapat di kirim.
8. Tidak maksimalnya tingkat kepuasan pelanggan sebab biaya pengiriman yang belum optimal.

9. Tidak maksimalnya tingkat kepuasan pelanggan sebab kecepatan pengiriman yang belum optimal.
10. Tidak maksimalnya tingkat kepuasan pelanggan sebab akurasi pengiriman yang belum optimal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah biaya pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari?
2. Apakah kecepatan pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari?
3. Apakah akurasi pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari?
4. Apakah biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh akurasi pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan teori-teori yang berhubungan dengan pengaruh biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini agar dapat memperkaya ilmu pengetahuan sehingga dapat menerapkan ilmu yang diterima selama kuliah dalam realisasi kehidupan sehari-hari. Selain itu juga untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen S1 di Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan bentuk persepsi dari Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express dengan biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman dalam peningkatan kepuasan pelanggan.

c. Bagi pihak lain

Menjadikan penelitian ini untuk referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas tentang pengaruh biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang berisikan penjabaran teori yang berkaitan dengan manajemen operasional seperti biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, akurasi pengiriman, dan kepuasan pelanggan. Adapun hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

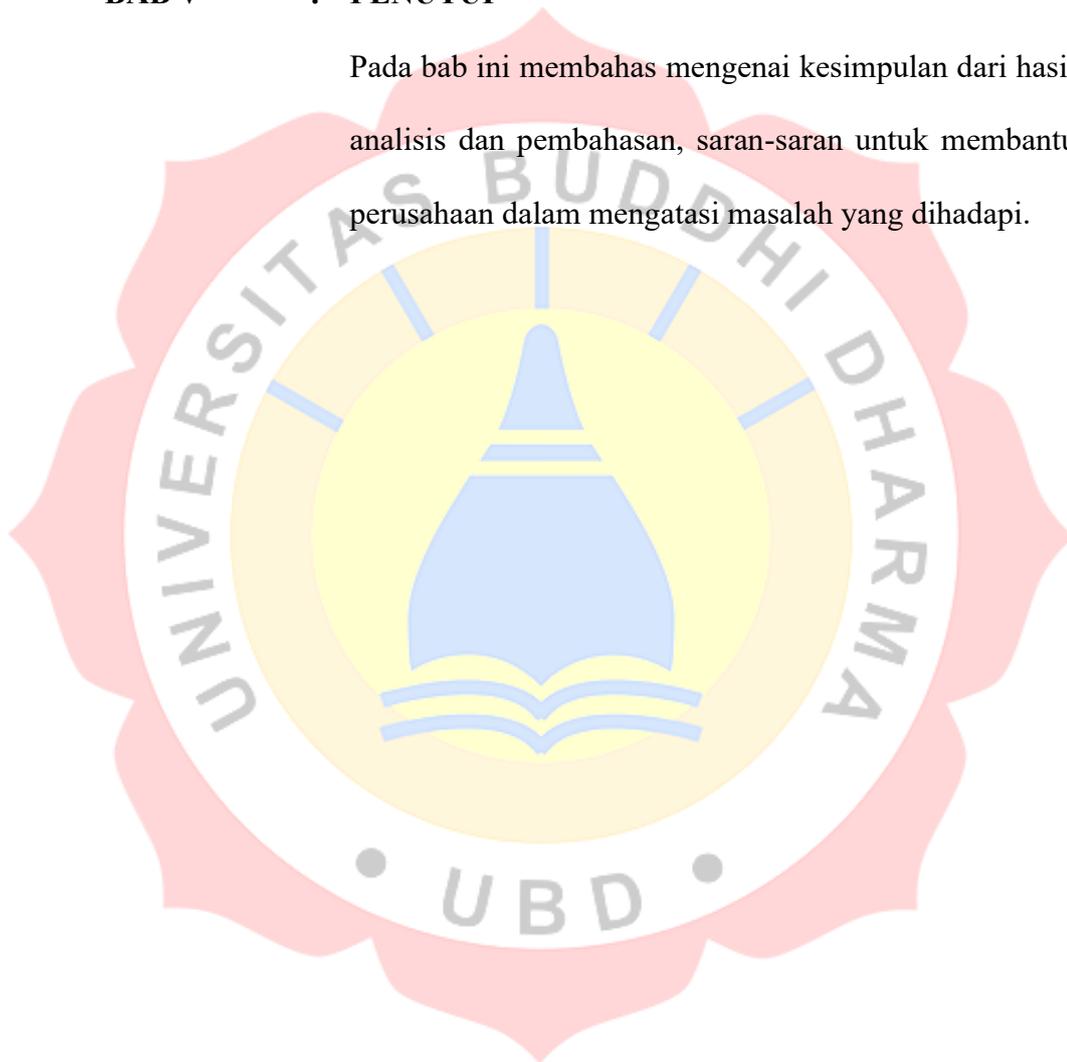
Pada bab ini membahas mengenai pemaparan sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi, jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai deskripsi hasil penelitian masing masing variabel, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan, saran-saran untuk membantu perusahaan dalam mengatasi masalah yang dihadapi.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum

1. Pengertian Manajemen

Secara umum, manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dalam mengatur kegiatan yang dikerjakan individu atau kelompok. Proses manajemen harus dilakukan untuk memenuhi target yang akan dicapai oleh individu atau kelompok tersebut dalam sebuah kerjasama dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Menurut (Afandi; 2018) mengemukakan bahwa:

“Manajemen adalah cara mencapai suatu tujuan organisasi dengan menggerakkan sekelompok orang dengan mengimplementasikan rencana, *organize*, kegiatan kepegawaian, *leading*, dan *control*”.

Menurut (Jhon Lihardo, 2020) dalam buku (Rohman, 2017) menyatakan bahwa:

“Manajemen merupakan suatu upaya pemberian bimbingan dan pengarahan melalui perencanaan, koordinasi, pengintegrasian, pembagian tugas secara profesional, dan opsional, pengorganisasian, pengendalian, dan pemanfaatan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama”.

Menurut (Firmansyah, 2018) mengemukakan bahwa:

“Manajemen ialah seni serta ilmu pemograman, *organize*, personalia, *leading*, dan mengawasi sumber daya manusia untuk menggapai tujuan yang diresmikan organisasi”.

Dari pengertian manajemen dari para ahli tersebut dapat diambil beberapa poin penting. Bahwa manajemen mengandung unsur perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, tujuan yang ingin dicapai, juga pelaksana manajemen yang berupa individu atau kelompok. Berarti sudah jelas bahwa manajemen merupakan sebuah seni mengatur dan merencanakan sesuatu guna mencapai sebuah tujuan.

2. Pengertian Manajemen Operasional

Operasi manajemen ialah sistem yang di buat untuk menghasilkan produk atau jasa.

Menurut (Assauri, 2008) menyatakan bahwa:

“Manajemen operasional merupakan kegiatan yang di lakukan untuk mengatur alur produksi sumber daya dan bahan untuk mendapatkan hasil yang efektif”.

Menurut (Eddy Herjanto, 2008) mengatakan bahwa:

“Manajemen operasional sendiri ialah yang menyangkut membuat suatu produk dengan teknik produksi yang ingin dicapai”.

Menurut (Roger, 1995) mengemukakan bahwa:

“Manajemen operasi mengambil keputusan yang berkenaan dengan suatu fungsi operasi dan sistem transformasi dalam kajian pengambilan keputusan dari suatu fungsi operasi”.

Manajemen operasional merupakan suatu proses ataupun kegiatan membuat produk dengan cara mentransformasi input menjadi output. Manajemen produksi dan operasi juga bisa didefinisikan sebagai kegiatan mengatur dan mengkoordinasi penggunaan berbagai sumber daya secara efektif dan efisien dalam upaya membuat produk ataupun menambah kegunaannya.

3. Ruang Lingkup Manajemen Operasional

Manajemen operasional mempunyai ruang lingkup yang digunakan untuk menghasilkan efektifitas produk serta menambah efisiensi dalam proses kegiatan produksinya. Menurut Tim Mitra Bestari (2004) ruang lingkup manajemen operasi terdiri dari:

1) Desain produk dan jasa

Operasi perlu membuat keputusan mengenai desain produk atau jasa menyelesaikan dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

2) Perencanaan proses produksi

Fungsi produksi perlu membuat keputusan yang berkenan dengan bagaimana mengimplementasikan desain produk dan jasa dalam suatu proses operasi.

3) Penentuan lokasi fasilitas/pabrik dan *material handling*

Manajemen operasi menyangkut tentang penentuan lokasi pabrik dimana dalam penentuan tersebut mempertimbangkan beberapa

faktor. Sedangkan *material handling* pengangkutan merupakan cara yang dilakukan dalam menangani perpindahan bahan produk.

4) *Layout* fasilitas

Layout merupakan pengaturan tata letak fasilitas operasi dalam perusahaan agar proses produksi berjalan dengan lancar.

5) Desain tugas dan pekerjaan

Desain tugas dan pekerjaan meliputi kinerja, mesin dan juga peralatan yang digunakan dalam produksi.

6) Peramalan produk atau jasa

Peramalan merupakan suatu hal penting dalam manajemen operasi, dimana peramalan digunakan sebagai dasar penentuan jumlah produksi maupun kebutuhan bahan baku yang digunakan.

7) Penjadwalan dan perencanaan produk.

Penjadwalan (*scheduling*) yaitu penyusunan jadwal kapan produksi dimulai dan diakhir, dimana salah satu metode yang digunakan adalah *network planning*. Selain itu manajemen operasi juga mencakup perencanaan tentang apa, berapa, dan bagaimana produk dihasilkan.

4. Pengertian Biaya Pengiriman

Menurut Tjiptono (2015:294) mengatakan bahwa:

“Biaya adalah faktor penentu harga minimum yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian”.

Menurut Hery (2013:24) menyatakan bahwa:

“Biaya adalah nilai uang atau setara kas yang dikeluarkan (pengorbanan) untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi organisasi saat ini dan di masa yang akan datang”.

Menurut Sujarweni (2015:14) klasifikasi biaya yang dianggap membiayai sesuatu hal dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang manfaatnya langsung dan dapat dirasakan serta diidentifikasi pada produk yang di produksi. Ada beberapa hal yang termasuk biaya produksi langsung seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- 2) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang manfaatnya tidak langsung dan tidak dapat dirasakan dan diidentifikasi kepada produk yang di buat. Biaya produksi tidak langsung yaitu biaya *overhead* pabrik.

Biaya pengiriman merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses pendistribusian produk ke pelanggan. Biaya pengiriman biasanya terdiri atas biaya-biaya yang terkait dengan kegiatan seperti pergudangan, pengiriman, dan transportasi. Menurut

www.studocu.com yang diakses tanggal 13 Desember 2023, contoh biaya distribusi yang umum meliputi:

- 1) Biaya penyimpanan: Biaya penyimpanan produk di gudang, termasuk biaya sewa atau pembelian gudang, biaya listrik serta biaya perawatan, dan biaya peralatan yang terdiri dari rak dan palet.
- 2) Biaya pengiriman: Biaya pengangkutan produk dari pabrik atau gudang ke pelanggan, termasuk biaya distribusi, biaya bahan bakar, dan biaya asuransi.
- 3) Biaya pemrosesan pesanan: Biaya pemrosesan pesanan pelanggan, termasuk biaya administrasi, biaya pengemasan, serta biaya penandaan dan pelabelan suatu produk.
- 4) Biaya manajemen rantai pasok: Biaya manajemen rantai pasokan, termasuk biaya pelacakan inventaris dan biaya manajemen produksi dan pengiriman.
- 5) Biaya penjualan: Biaya promosi produk dan penjualan kepada pelanggan, termasuk biaya iklan, biaya promosi, dan komisi penjualan. Dalam mengelola biaya distribusi, perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi untuk mengoptimalkan biaya dan efisiensi distribusi. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan efisiensi manajemen rantai pasokan, menyesuaikan strategi distribusi, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi dan otomatisasi untuk pemrosesan pesanan dan distribusi produk. Biaya distribusi adalah biaya yang terkait dengan proses distribusi produk

atau layanan dari produsen ke konsumen akhir. Biaya distribusi dapat mencakup biaya yang terkait dengan penyimpanan, pengemasan, pengiriman, penanganan, dan penjualan produk. Contoh biaya distribusi meliputi biaya transportasi, biaya gudang, biaya penjualan, biaya pemasaran, biaya promosi, biaya penyimpanan, biaya asuransi, dan biaya administrasi yang terkait dengan proses distribusi.

Dilansir dari *web page* (Jurnal Editorial, 2023), dan (*Macam-Macam Biaya Logistik*, 2022) yang diakses pada tanggal 13 Desember 2023, peneliti mengembangkan indikator Biaya Pengiriman menjadi

10 poin, yaitu:

- 1) Ongkos Kirim
- 2) Harga *Relative* dan sesuai
- 3) Berat Barang
- 4) Bentuk Barang
- 5) Biaya Tambahan
- 6) Biaya Asuransi
- 7) Metode Pengiriman
- 8) Tipe dan jenis pengiriman
- 9) Lokasi
- 10) Diskon

5. Pengertian Kecepatan Pengiriman

Kecepatan pengiriman merupakan faktor yang sangat penting dalam memastikan pengiriman tepat waktu atas barang-barang yang baru diproduksi, dan juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kecepatan pengiriman secara umum merupakan jangka waktu dari pelanggan memesan suatu produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan tersebut biasanya berfungsi sebagai panduan bagi pengguna untuk menentukan apakah layanan antar tersebut dapat diandalkan atau tidak. Hal ini menandakan kecepatan pengiriman sangat berkaitan dengan waktu.

Menurut (Sutarman, 2017:42) menyatakan bahwa:

“Utilitas waktu tercipta oleh adanya aktivitas pergudangan dan penyimpanan produk hingga saatnya diperlukan pelanggan”.

Transportasi juga merupakan faktor terpenting dalam efisiensi waktu karena memungkinkan beberapa produk dapat cepat dan konsisten dalam berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain. Kondisi ini dalam bidang logistik dikenal sebagai *time-in-transit* dan konsistensi pelayanan. Jika suatu produk tidak tersedia pada saat dibutuhkan oleh pelanggan, masalah dapat terjadi karena hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan, ketidakpuasan pelanggan, dan gangguan produksi jika produk tersebut masih dalam proses pembuatan.

Menurut (John F.Kennedy) dalam *www.carapedia.com* yang diakses tanggal 13 Desember 2023, menyampaikan bahwa:

“Waktu adalah sebuah kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan”.

Menurut Utari & dkk (2016:38) mengemukakan bahwa:

“Waktu adalah detik-detik yang terus berubah berjalan maju, dan tidak akan pernah mundur”.

Dalam dunia bisnis, waktu adalah uang dan juga keuntungan. Hukum *time value of money*, berhasil membuat dunia bisnis tunduk, yang dapat diartikan nilai uang di tentukan oleh waktu, dan nilai uang besok harus bisa lebih besar dari sekarang. Untuk alasan ini, mengelola waktu bisnis melibatkan pengelolaan kegiatannya, yang memerlukan keseimbangan biaya dan keuntungan.

Menurut Utari & dkk (2016:78) ukuran waktu meliputi:

- 1) Kecepatan proses produksi.
- 2) Kecepatan dan ketepatan pengiriman produk ke pelanggan.
- 3) Kecepatan melayani permintaan pelanggan.

Pada dasarnya pelanggan harus dapat mendapatkan pelayanan dengan waktu yang singkat baik dari segi pengiriman produk maupun dalam melayani pesanan. Pelayanan yang baik dapat dikatakan apabila proses produksi yang dilakukan juga cepat, sehingga siklus waktu yang terjadi pada proses produksi akan maksimal. Siklus waktu merupakan

alur atau urutan lamanya dalam penciptaan suatu produk, sedangkan kecepatan merupakan suatu waktu yang dibutuhkan dalam membuat satu unit produk.

Dilansir dari Jurnal (Diansyah dkk., 2023), peneliti mengembangkan indikator Kecepatan Pengiriman menjadi 10 poin, yaitu:

- 1) Estimasi hari
- 2) Efisien dalam pengiriman
- 3) Bentuk Barang
- 4) Volume Barang
- 5) Metode Pengiriman
- 6) Tipe dan jenis pengiriman
- 7) Lokasi
- 8) Jarak Tempuh
- 9) Kondisi lalu lintas
- 10) Kondisi penerima

6. Pengertian Akurasi Pengiriman

Menurut Tedi (2022) dalam skripsi (William Laiya, 2023) mengatakan bahwa:

“Akurasi merupakan tingkat atau ukuran dari sejauh mana konsekuensi yang tercipta dari estimasi, perhitungan, atau detail sesuai dengan nilai atau standar yang tepat”.

Menurut Apipah (2015) dalam skripsi (William Laiya, 2023) mengemukakan bahwa:

“Akurasi adalah cara mendapatkan nilai yang mendekati nilai aslinya, sehingga dapat memperkirakan seberapa tepat suatu estimasi dikontraskan dengan referensi yang berbeda”.

Menurut Ematitut (2017) dalam skripsi (William Laiya, 2023) menyatakan bahwa:

“Akurasi terutama dibagian data sangat penting, maka dari itu informasi yang diberikan harus akurat, tidak ada kontrol informasi atas data yang diperoleh dari sumber”.

Akurasi data merupakan komponen yang harus dipenuhi oleh kerangka data. Beberapa masalah dapat timbul apabila terjadinya kesalahan data yang diberikan, hal ini membuat data menjadi tidak aman, dan bahkan dapat memberikan dampak negatif terhadap seseorang atau beberapa kelompok yang berkaitan dengan data tersebut. Ketepatan data harus benar-benar dilakukan dengan benar dan hati-hati karenanya informasi yang terdapat di dalamnya dapat dijadikan bahan sebagai navigasi.

Dilansir dari *web page* (Rama Chandra, 2023) yang diakses tanggal 13 Desember 2023, peneliti mengembangkan indikator Akurasi Pengiriman menjadi 10 poin, yaitu:

- 1) Tingkat kepercayaan
- 2) Tingkat keamanan
- 3) Validitas data pengirim
- 4) Validitas data penerima
- 5) Validitas alamat tujuan
- 6) Validitas deskripsi produk
- 7) Asuransi
- 8) Lokasi
- 9) Kondisi barang rusak
- 10) Kondisi barang hilang

7. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard L.Oliver (Tjiptono, Diana 2015, 23) dalam skripsi (Andresta, 2022) menyatakan bahwa:

“Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang diperoleh seseorang dalam bentuk senang ataupun kecewa yang ditimbulkan dari menyamakan antara kemampuan (ataupun hasil) produk yang dipersepsikan serta ekspektasinya”.

Menurut (Kasmir, 2017) dalam jurnal (Crismon & Andy, 2022) mengatakan bahwa:

“Kepuasan konsumen merupakan penelitian dari konsumen atas penggunaan barang maupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya”.

Menurut Nugroho dalam (Purnomo Edwin, 2017) dalam skripsi (Agustina, 2023) mengemukakan bahwa:

“Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam meningkatkan upaya pemasaran suatu perusahaan, kepuasan yang dialami pelanggan juga dapat meningkatkan intensitas pembelian oleh pelanggan tersebut”.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan Menurut (Daryanto, 2014) dalam jurnal (Crismon & Andy, 2022) mengatakan bahwa kalau Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan. (Indrasari, 2019) dalam jurnal (Crismon & Andy, 2022) Kepuasan konsumen dapat tercermin dari banyaknya keluhan yang diterima oleh perusahaan.

8. Faktor-faktor yang menyangkut Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa faktor atau elemen yang ada dalam sebuah kepuasan pelanggan menurut (Juni Priansa, 2017) sebagai berikut:

- 1) **Harapan** adalah harapan pembeli mengenai beberapa barang atau jasa yang disebutkan lebih singkat daripada saat pembelian barang atau jasa. Segera setelah batas pembelian tercapai, pembeli menjamin bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, persyaratan, dan impian serta keyakinan mereka. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan mengalami ketidaknyamanan atau dengan kata lain tidak merasa puas.

- 2) **Kinerja** adalah Pelanggan mengalami kinerja dari barang aktual mereka atau mengalami penawaran ketika digunakan diluar dari harapan mereka.
- 3) **Perbandingan** dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi kinerja keseluruhan barang atau jasa yang diprediksi sebelum membeli dengan persepsi kinerja keseluruhan barang atau jasa yang sebenarnya. Pelanggan dapat merasa senang ketika harapan mereka pada saat sebelum membeli sesuai atau melebihi persepsi mereka tentang kinerja produk yang sebenarnya.
- 4) **Pengalaman** yang berupa bentuk ulasan dari orang lain, sehingga harapan pelanggan selanjutnya akan didorong dengan motivasi bantuan kegembiraan dalam penggunaan merek produk atau layanan yang sudah diulas dengan baik oleh orang lain sebelumnya.
- 5) **Konfirmasi dan Diskonfirmasi**, artinya konfirmasi atau pertunjukkan berlangsung sementara harapan menyehatkan kinerja keseluruhan produk yang sebenarnya. Namun, diskonfirmasi atau tidak dikonfirmasi terjadi ketika ekspektasi lebih baik atau lebih rendah daripada kinerja keseluruhan produk yang sebenarnya. pembeli akan merasa puas bila terjadi konfirmasi/diskonfirmasi.

9. Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut (Santosa.S 2019, 152-160) dalam skripsi (Bharata, 2021) mengatakan bahwa:

“Kepuasan konsumen merupakan hal yang ingin dicapai oleh pemilik usaha. Karena dengan kepuasan konsumen inilah maka entitas keberadaan sebuah usaha bisa terus dipertahankan.”

Ada dua cara dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam skripsi (Bharata, 2021) yaitu:

1) Membangun Hubungan Baik Antar Pelanggan

Dengan membangun hubungan baik dalam jangka panjang dan pendeknya perusahaan akan mengalami keuntungan, karena dengan hal tersebut loyalitas pelanggan akan meningkat.

2) Tanggung Jawab dan Penanganan Yang Baik Kepada Pelanggan

Karena dengan adanya penanganan yang baik maka bisa dijadikan sebagai nilai tambah perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar memperhatikan pelanggannya dengan baik dalam setiap transaksi pembelian pada produk perusahaan. Dan tanggung jawab setiap produk yang dijualnya maka pelanggan tidak akan takut untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

10. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal (Tampanguma dkk., 2022). Kepuasan pelanggan diukur dari seberapa baik harapan pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Terpenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari sebuah produk barang atau jasa
- 2) Merekomendasikan kepada pihak lain. Pelanggan akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang diperoleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan
- 3) Kualitas layanan. Dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan menyampaikan untuk mengimbangi harapan pelanggan
- 4) Loyal. Pelanggan memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi
- 5) Lokasi. Tempat dimana perusahaan memperjual belikan produk barang/jasa yang ditawarkan kepada pelanggan tertentu

Peneliti mengembangkan indikator Kepuasan Pelanggan menjadi 10 poin, yaitu:

- 1) Reputasi yang baik
- 2) Perasaan senang karena biaya pengiriman

- 3) Perasaan senang karena kecepatan pengiriman
- 4) Perasaan senang karena akurasi pengiriman
- 5) Rekomendasi kepada orang lain
- 6) Bentuk kepercayaan terhadap perusahaan
- 7) Perasaan puas karena kualitas pengiriman
- 8) Bentuk kerelaan dalam membayar lebih
- 9) Perasaan puas karena bertanggung jawab
- 10) Perasaan puas karena menjangkau seluruh lokasi

B. Hasil Penelitian Terdahulu

TABEL II. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Tahun	Judul Skripsi	Hasil Penelitian
1.	Brillyan Jaya Sakti, Mahfudz (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan, Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	Hasil pengujian langsung antara ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,500 dan hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung sebesar 9,379 dengan signifikansi sebesar 0,000

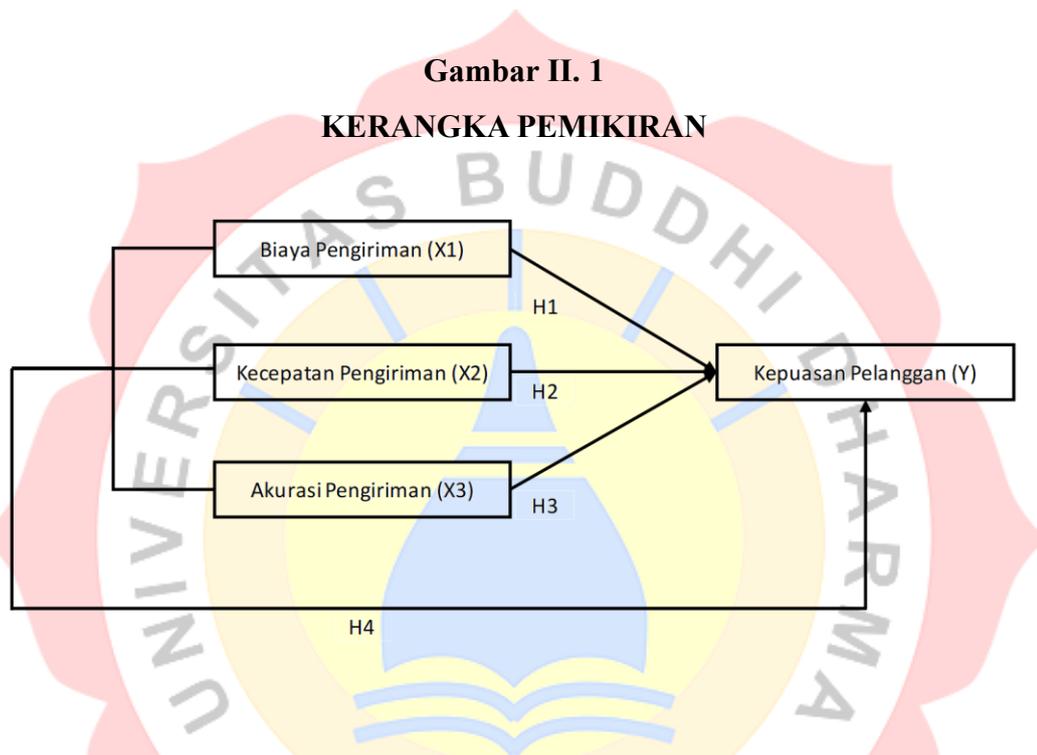
No.	Penulis dan Tahun	Judul Skripsi	Hasil Penelitian
2.	Ridho, Fahrul (2019)	Pengaruh Biaya Pengiriman dan Waktu Pengiriman Terhadap Penghantaran Barang Pada PT. JNE Cabang Medan	<p>Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa biaya pengiriman $t_{hitung} > t_{tabel} 12.901 > 2.024$, Pada pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa waktu pengiriman $t_{hitung} > t_{tabel} = -6.907 > 2.024$. Hasil Uji F dalam penelitian ini diketahui nilai $F_{hitung} > F_{hitung} 84.433 > 3.24$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan biaya pengiriman dan waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap penghantaran barang pada PT. JNE Cabang Medan.</p>
3.	Sari, Petti Kartika (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Herona Express	<p>Hasil penelitian variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan sebesar 87,4%. Secara simultan memberikan sumbangan 76,3% terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial sumbangan terbesar</p>

No.	Penulis dan Tahun	Judul Skripsi	Hasil Penelitian
		Kantor Perwakilan Jember	diberikan variabel kehandalan (37,4%), daya tanggap (8,8%), jaminan (12,4%), empati (6,1%), dan bukti fisik (11,6%) sedangkan sisanya sebesar 23,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.
4.	Mawarni, Oktaviana Dwi (2022)	Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express	Berdasarkan analisis uji t bahwa nilai thitung apabila dibandingkan dengan tabel pada <i>level of significant</i> 0,05 dengan kriteria pengambilan keputusannya adalah nilai <i>sig</i> < 0,05 berarti hipotesis diterima. Data menunjukkan hasil uji t pada variabel ketepatan waktu pengiriman sebesar 0,001 (< 0,05) yang berarti terdapat pengaruh yang <i>significant</i> antara ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

No.	Penulis dan Tahun	Judul Skripsi	Hasil Penelitian
5.	Wati, Wintia Rahma (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan E-Tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tengah Wabah Covid 19	Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel (4,258 > 1,987) maka H3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang. Serta, berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai thitung > ttabel (3,754 > 1,987) maka H4 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan kajian di atas, kajian ini menggunakan tiga variabel bebas, yaitu biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman. Serta kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Hubungan antar variabel digambarkan sebagai berikut:



D. Perumusan Hipotesis

H1 : Diduga Biaya Pengiriman berdampak secara parsial pada
Kepuasan Pelanggan

H2 : Diduga Kecepatan Pengiriman berdampak secara parsial pada
Kepuasan Pelanggan

H3 : Diduga Akurasi Pengiriman berdampak secara parsial pada
Kepuasan Pelanggan

H4 : Diduga Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi

Pengiriman berdampak pada Kepuasan Pelanggan



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) secara umum penelitian didefinisikan bahwa:

“Penelitian merupakan suatu aktivitas yang dilaksanakan ketika saat melakukan pengumpulan data dengan cara yang sistematis untuk mencapai tujuannya kemudian dipresentasikan hasilnya”.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2016). Metode survei yang dilakukan fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Berdasarkan tingkat eksplanasinya penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif kausal atau hubungan, yaitu penelitian untuk mengetahui sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, yang akan penulis amati adalah pengaruh yang meliputi Biaya pengiriman, Kecepatan pengiriman dan Akurasi pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah untuk meneliti dan memeriksa dengan memperoleh data untuk tujuan tertentu dan kemudian menarik kesimpulan. Objek penelitian ini berfokus pada respon dari persepsi Masyarakat berdasarkan pengaruh Biaya pengiriman, Kecepatan pengiriman, dan Akurasi pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggannya. Industri logistik sudah ada di Indonesia sejak zaman kolonial. Namun, perkembangannya baru terlihat ketika awal tahun 1980an hingga tahun 1990an. Perkembangan industri logistik di Indonesia bisa dibidang cukup lambat karena infrastruktur yang tidak memadai mulai dari akses jalan, tingginya ongkos transportasi, dan jauhnya jarak. Industri logistik semakin berkembang jauh lebih tinggi lagi dengan adanya situs *e-commerce*.

Kini, jasa logistik seperti kurir sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat di Indonesia, hal itu juga dibarengi dengan tingginya tingkat transaksi di *e-commerce*. Selain jasa kurir, jasa logistik lainnya yang perkembangannya pesat adalah *freight forwarding* untuk ekspor impor. Kini, banyak sekali orang yang ingin melakukan impor barang dari China karena lebih murah, untuk melakukan impor tersebut tentu saja diperlukan jasa logistik. Perkembangan *e-commerce* juga melahirkan layanan baru dalam lini industri logistik seperti pengiriman kurir *same day* dan *one day service*. Industri logistik kemudian semakin berkembang jauh diikuti oleh rasio penetrasi digital di seluruh dunia yang ada saat ini.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka, data kualitatif mempunyai ciri tidak bisa dilakukan operasi matematika, seperti penambahan, pengurangan, perkalian dan pembagian (Situmorang dan Lufti, 2014:2) dalam jurnal (Rosa Indah dkk., 2019). Data kualitatif pada penelitian ini berupa gambaran umum dari operasional di Industri Logistik.
2. Menurut (Sujarweni, 2015) dalam jurnal (Crismon & Andy, 2022) mengatakan bahwa: Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Data kuantitatif pada penelitian ini diperoleh dari hasil

penelitian berupa hasil penyebaran kuesioner pada pengguna jasa pengiriman di Industri Logistik.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua sumber yaitu:

1. Menurut (Sujarweni, 2015) dalam jurnal (Crismon & Andy, 2022)

Data primer yaitu sumber data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Data primer diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden penelitian.

2. Menurut (Sujarweni, 2015) dalam jurnal (Crismon & Andy, 2022)

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain-lain.

Data sekunder pada penelitian ini didapat dari buku-buku referensi, jurnal, arsip-arsip dan bahan-bahan perkuliahan yang dianggap menjadi referensi pendukung berupa teori-teori dan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE, sehingga pengambilan sampel ini dengan tipe *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Asnawi, 2009:122) dalam skripsi (Aulia M. Shahab, 2014).

2) Sampel

Penarikan sampel pada penelitian ini akan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel tanpa sengaja (*accidental*) dengan mengambil sampel yang kebetulan di temui pada saat itu (Sugiono, 2009:221) dalam skripsi (Aulia M. Shahab, 2014).

Roscoe dalam (Sugiyono, 2012) menyatakan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- 1) Ukuran sample yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 responden.
- 2) Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sample setiap kategori minimal 30.
- 3) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah indikator yang diteliti. Misalnya

variabel penelitiannya ada empat indikator (independen + dependen), maka jumlah anggota sample = $10 \times 4 = 40$.

- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Melihat pernyataan di atas maka peneliti akan mengambil teori yang pertama (nomor satu) yaitu sebanyak 70 responden dimana data yang didapat berdasarkan jawaban yang terkumpul dari hasil sebaran kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

1) Wawancara

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengar jawaban langsung dari responden. Selain itu, teknik wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail dari responden. (Sugiyono, 2018)

2) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang harus dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan/ Pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Kuesioner memiliki tujuan untuk mengetahui respon dan pendapat dari responden. Daftar pertanyaan/ Pernyataan yang

memiliki hubungan dengan Biaya pengiriman, Kecepatan pengiriman dan Akurasi pengiriman serta Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna jasa pengiriman JNE Express.

Penelitian yang penulis gunakan adalah metode kuesioner tertutup di mana responden hanya tinggal menentukan jawaban yang sesuai dengan konsumen rasakan. Selain itu peneliti menggunakan kuesioner secara jaringan internet melalui google form. Peneliti menggunakan skala likert untuk melakukan pengukuran. Skala Hasil tanggapan responden menggunakan skala likert yang memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, berupa kata-kata antara lain:

TABEL III. 1

Skala Data

Singkatan	Jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

3) Observasi

Merupakan suatu proses yang bersifat rumit atau suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Karena observasi ini tidak berhubungan dengan manusia saja, melainkan juga objek-objek yang berhubungan dengan alam. (Sugiyono, 2018)

2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Kepustakaan Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa:

“Riset daftar pustaka berhubungan dengan amatan teroris serta rujukan lain yang terpaut dengan nilai, adat, serta aturan yang bertumbuh pada suasana sosial yang diawasi”.

F. Operasional Variabel Penelitian

TABEL III. 2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Biaya Pengiriman (X1)	1. Harga	1. Ongkos kirim 2. Harga <i>relative</i> dan sesuai	Likert
	2. Biaya transportasi	3. Berat barang 4. Bentuk barang	
	3. Biaya tenaga kerja	5. Biaya tambahan 6. Biaya asuransi	
	4. Biaya distribusi	7. Metode pengiriman	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		8. Tipe dan jenis pengiriman 9. Lokasi 10. Diskon	
Sumber: (Jurnal Editorial, 2023), (<i>Macam-Macam Biaya Logistik</i> , 2022) (Diakses tanggal 13 Desember 2023).			
Kecepatan Pengiriman (X2)	1. Waktu	1. Estimasi hari 2. Efisien dalam pengiriman	Likert
	2. Kecepatan transportasi	3. Bentuk barang 4. Volume barang 5. Metode pengiriman 6. Tipe dan jenis pengiriman	
	3. Jarak tempuh	7. Lokasi 8. Jarak tempuh 9. Kondisi lalu lintas 10. Kondisi penerima	
Sumber: (Diansyah dkk., 2023)			
Akurasi Pengiriman (X3)	1. Kelengkapan data	1. Tingkat kepercayaan	Likert
	2. Konsistensi	2. Tingkat keamanan	
	3. Validitas data	3. Validitas data pengirim	
	4. Akurasi data	4. Validitas data penerima 5. Validitas alamat tujuan	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		6. Validitas deskripsi produk	
	5. Ketepatan waktu	7. Asuransi 8. Lokasi	
	6. Kesesuaian format	9. Kondisi barang rusak 10. Kondisi barang hilang	
Sumber: (Rama Chandra, 2023) (Diakses tanggal 13 Desember 2023).			
Kepuasan Pelanggan (Y1)	1. Terpenuhinya harapan pelanggan	1. Reputasi yang baik 1. Pelayanan yang baik	Likert
	2. Kualitas layanan	2. Perasaan senang karena biaya pengiriman 3. Perasaan senang karena kecepatan pengiriman 4. Perasaan senang karena akurasi pengiriman	
	3. Merekomendasikan kepada pihak lain	5. Rekomendasi kepada orang lain	
	4. Loyal	6. Bentuk kepercayaan terhadap perusahaan 7. Perasaan puas karena kualitas pengiriman 8. Bentuk kerelaan dalam membayar lebih	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		9. Perasaan puas karena bertanggung jawab	
	5. Lokasi	10. Perasaan puas karena menjangkau seluruh lokasi	
Sumber: (Tampanguma dkk., 2022)			

G. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk memproses suatu data menjadi informasi sehingga data tersebut menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk digunakan menemukan solusi dari permasalahan penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa:

“Percobaan Keabsahan merupakan membuktikan bagian akurasi antara data yang sebetulnya terjalin pada subjek dengan data yang digabungkan oleh periset. Percobaan keabsahan ini dicoba untuk mengukur apakah data yang sudah diterima sehabis riset ialah data yang sah ataupun tidak, dengan memakai perlengkapan ukur yang dipakai (angket)”.

Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi (validitas)

n = Banyaknya sampel

X = Skor yang diperoleh subyek dalam setiap item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y

$\sum XY$ = Jumlah skor perkalian X dan Y

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai rhitung (*correlated itemtotal correlations*) dengan nilai rtabel. Jika rhitung lebih besar dari rtabel (pada taraf signifikansi 5%) maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa:

“Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Alat untuk mengukur reabilitas adalah *Cronbach Alpha*.

Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel atau konsisten.

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel atau tidak konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018, 161) dalam skripsi (Andresta, 2022) mengemukakan bahwa:

“Percobaan Normalitas bermaksud untuk mencoba apakah di dalam model regresi, elastis pengacau ataupun residual mempunyai penyaluran wajar. Semacam dikenal kalau percobaan t serta percobaan F memperhitungkan kalau nilai residual menjajaki penyaluran wajar ataupun tidak dengan analisis diagram serta percobaan statistik”.

Uji Normalitas dalam penelitian ini dirancang untuk mengetahui apakah model distribusi normal. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi masalah normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov, yang digunakan untuk menentukan apakah suatu sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Terlihat bahwa phitung (*1 tailed*) $> 0,05$ menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Begitu pula sebaliknya, jika phitung (*1 tailed*) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Menurut (Santoso, 2016) mengemukakan bahwa:

“Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”.

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah adanya ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Jika varian dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018, 107) dalam skripsi (Andresta, 2022) mengemukakan bahwa:

“Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel *independen* (bebas)”.

Suatu model regresi dianggap baik bila variabel bebas tidak berkorelasi, dan bebas dari masalah seperti kolinieritas. Nilai VIF

(*Variance Inflation Factor*) dan toleransi memberi tahu Anda jika ada gejala kolinearitas, dan nilai VIF yang dapat diterima adalah < 10,00, dan nilai toleransi > 0,10.

4) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap suatu variabel terikat. Analisis ini memiliki tujuan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional ataupun kausal antara dua atau lebih variabel bebas. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstansta
- b₁ = Koefisien regresi pertama
- b₂ = Koefisien regresi kedua
- b₃ = Koefisien regresi ketiga
- X₁ = Biaya pengiriman

X_2 = Kecepatan pengiriman

X_3 = Akurasi pengiriman

ε = Derajat kesalahan

5) Uji Korelasi Berganda

Tujuan dari korelasi berganda adalah untuk secara bersamaan memastikan hubungan antara dua atau lebih variabel pada variabel *dependen*. R memiliki nilai antara nol dan satu. Hubungan akan semakin kuat jika nilainya mendekati satu, sedangkan hubungannya akan semakin lemah jika nilainya mendekati nol. Berikut ini merupakan pedoman sebagai pemberian interpretasi koefisien korelasi:

TABEL III. 3
Korelasi Berganda

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

6) Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Ghozali (2018, 97) dalam skripsi (Meyliana, 2022) mengemukakan bahwa:

“Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*”.

Nilai koefisien determinasi terletak pada nol dan satu. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, nol (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1,00 (korelasi sempurna). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variabel-variabel *dependen* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen*.

7) Uji T

Menurut (Sugiyono, 2018) mengatakan bahwa:

“Uji T merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.”

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu Biaya pengiriman, Kecepatan pengiriman, dan Akurasi pengiriman terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express secara parsial. Uji statistik t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel.

Menurut (Ghozali 2018, 99) dalam skripsi (Meyliana, 2022) ada beberapa langkah dalam melakukan uji t, yaitu:

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok = berarti secara parsial atau individu tidak ada pengaruh yang signifikan antara dengan Y = berarti secara parsial atau individu ada pengaruh yang signifikan antara dengan Y.
2. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05).
3. Membandingkan tingkat signifikan (= 0,05) dengan tingkat signifikan t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria:
 - a) Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.
 - b) Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel *dependen*.

4. Membandingkan thitung dengan ttabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel *dependen*.

Rumus Uji T, sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = Pengujian hipotesis
- r = Koefisien korelasi
- r^2 = Koefisien determinasi
- n = Jumlah responden

Hasil dari perhitungan t ini, selanjutnya dibandingkan dengan ttabel.

8) Uji F (Simultan)

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel-variabel *independen*, yaitu Biaya pengiriman, Kecepatan pengiriman, dan Akurasi pengiriman

terhadap variabel *dependen* yaitu Kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express

Rumus pengujian F adalah:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah data

Menurut (Ghozali 2018, 98) dalam skripsi (Meyliana, 2022) Ada beberapa cara melakukan uji F, yaitu:

- 1) Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok
 - a) H_0 = berarti secara simultan atau bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan antara X_1, X_2, X_3 dengan Y .
 - b) H_a = berarti simultan atau bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara X_1, X_2, X_3 dengan Y .
- 2) Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)
- 3) Membandingkan tingkat signifikan (= 0,05) dengan tingkat signifikan F yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria:

- a) Nilai signifikan $F < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.
 - b) Nilai signifikan $F > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel *dependen*.
- 4) Membandingkan dengan dengan kriteria sebagai berikut:
- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.
 - b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. hal ini artinya bahwa semua variabel *independen* secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel *dependen*.

