

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa J&T Express Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Palas

Syafitri Daulay Nur^{1*}, Mufti Fahrizal², Sari Fitri³

¹²³ Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia

Jl. Prof. Dr. Andi Hakim Nst Komplek Stain, Pidoli Lombang, Kec.Panyabungan,
Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22976

Email : fitridly1402@gmail.com, muftifahrizal@gmail.com, sarifitri120690@gmail.com

Abstract: *The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction of J&T Express Sibuhuan Service Users, Padang Lawas Regency. This study aims to determine whether there is an influence of service quality on consumer satisfaction among J&T Express Sibuhuan users. The research was conducted with service quality as the independent variable and consumer satisfaction as the dependent variable. Using a quantitative approach, the study involved a population of 150,474 and a sample of 100 respondents. The sampling technique employed was purposive sampling, and data were collected through questionnaires. The analysis utilized SPSS version 21 for validity, reliability, normality, heteroscedasticity tests, simple linear regression, partial tests (t-tests), and determination tests. The findings indicate that service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction, with a t-value of 2.272, exceeding the t-table value of 1.661 and a significance level of 0.000 ($p < 0.05$). The coefficient of determination is 0.350, suggesting that service quality influences consumer satisfaction by 35%.*

Keywords: *Service Quality, Consumer Satisfaction, J&T Express*

Abstrak: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa J&T Express Sibuhuan, Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa J&T Express Sibuhuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 150.474 dan sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21, meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier sederhana, uji parsial (uji t), dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung 2,272 yang lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Nilai koefisien determinasi sebesar 0,350 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 35%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, J&T Express

1. LATAR BELAKANG

Dalam era digital saat ini, perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan terhadap sektor e-commerce. Menurut Biro Pusat Statistik (2023), jumlah usaha e-commerce di Indonesia diperkirakan mencapai 2.995.986 pada tahun 2022, dengan pertumbuhan sebesar 4,46%. Hal ini menunjukkan bahwa belanja online telah menjadi pilihan utama masyarakat, karena kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan. Namun, pertumbuhan e-commerce ini juga diiringi dengan peningkatan kebutuhan akan layanan pengiriman barang yang cepat dan handal.

J&T Express, sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman terkemuka, telah berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan layanan pengiriman yang

efisien. Didirikan pada tahun 2015, J&T Express menawarkan berbagai pilihan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, mulai dari pengiriman reguler hingga pengiriman kilat. Dengan kehadirannya, J&T Express berupaya untuk menjadi solusi bagi masyarakat yang membutuhkan layanan pengiriman yang cepat dan terpercaya (Hermawan, 2023).

Namun, meskipun J&T Express telah mendapatkan respon positif dari masyarakat, masih terdapat berbagai keluhan yang dihadapi oleh pengguna jasa. Data dari J&T Express Sibuhuan menunjukkan bahwa keluhan sebagian besar berasal dari keterlambatan pengiriman, barang yang rusak, serta kurangnya respons dari pihak kurir dalam menangani keluhan (Fadhilah, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh J&T Express belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2017), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bimantara (2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang buruk akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen juga memiliki dampak jangka panjang terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan kembali menggunakan jasa tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain, sedangkan pelanggan yang tidak puas akan mencari alternatif lain dan memberikan dampak negatif melalui ulasan buruk.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan J&T Express terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa di Sibuhuan, Kecamatan Barumun, Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen serta memberikan rekomendasi bagi J&T Express untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka tawarkan.

Dengan demikian, penting untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan konsumen, yang pada akhirnya dapat

membantu J&T Express dalam meningkatkan layanan mereka agar lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen bisnis syariah, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptono (2017), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam konteks jasa pengiriman, kualitas pelayanan mencakup berbagai elemen seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan berwujud. Keandalan merujuk pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, sementara ketanggapan mencerminkan seberapa cepat perusahaan merespons permintaan dan keluhan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Indikator kualitas pelayanan adalah alat ukur untuk menilai seberapa baik sebuah layanan memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2016), terdapat lima indikator utama dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan berwujud. Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang konsisten dan sesuai dengan yang dijanjikan. Ketanggapan mencerminkan kemampuan untuk merespons permintaan dan keluhan dengan cepat. Jaminan mencakup kemampuan dan sikap karyawan yang dapat dipercaya, sedangkan empati menunjukkan perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan. Indikator berwujud mencakup penampilan fisik fasilitas dan peralatan yang digunakan dalam memberikan layanan.

Pengukuran indikator-indikator tersebut dapat dilakukan melalui survei atau kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan. Penelitian oleh Bimantara (2020) menegaskan bahwa pemantauan indikator-indikator ini secara berkala sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan, pada gilirannya, kepuasan pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau tidak puas yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan atau produk yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Dalam konteks pengiriman, kepuasan konsumen sering kali dipengaruhi oleh ketepatan waktu pengiriman, kondisi barang saat

diterima, dan interaksi dengan staf perusahaan.

Penelitian oleh Maimunah & Putri (2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka cenderung akan menggunakan layanan tersebut kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan jasa pengiriman perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Indikator kepuasan konsumen dapat dibagi menjadi beberapa kategori, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan pengalaman pelanggan. Kualitas produk mencakup fitur, kehandalan, dan daya tahan produk yang digunakan. Kualitas pelayanan, di sisi lain, berkaitan dengan aspek seperti kecepatan layanan, ketepatan waktu, dan sikap karyawan saat berinteraksi dengan pelanggan (Tjiptono, 2017). Penelitian oleh Maimunah dan Putri (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berkontribusi pada tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Selain itu, harga yang wajar dan kompetitif juga menjadi indikator penting, di mana pelanggan membandingkan nilai yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan (Homburg et al., 2015).

Pentingnya memahami indikator kepuasan konsumen tidak hanya terletak pada peningkatan layanan, tetapi juga pada dampaknya terhadap keputusan pembelian di masa depan. Menurut Oliver (1999), kepuasan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada keputusan pembelian ulang. Dengan kata lain, semakin baik pengalaman pelanggan dan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih kembali produk atau layanan tersebut di kemudian hari.

Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian

Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Sujarweni & Wiratna (2019), kualitas produk ditentukan oleh kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam konteks jasa pengiriman, kualitas produk mencakup kondisi barang yang dikirimkan, keandalan sistem pelacakan, dan ketepatan waktu pengiriman. Kualitas produk yang baik akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Penelitian oleh Tjiptono (2017) menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang lebih baik meskipun harganya sedikit lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa mereka tidak hanya memberikan layanan yang berkualitas tetapi juga menjaga kualitas barang yang dikirimkan. Hal ini penting untuk

menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa J&T Express Sibuhuan. Metode kuantitatif ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen J&T Express Sibuhuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mereka yang telah menggunakan jasa pengiriman J&T Express minimal tiga kali. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian yang akurat mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan yang diterima (Sugiyono, 2017).

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21. Analisis ini meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dan memberikan hasil yang valid. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Uji t digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh tersebut, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam jasa pengiriman (Ghozali, 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

J&T Express didirikan pada tahun 2015 di Indonesia sebagai perusahaan layanan pengiriman barang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengiriman yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan e-commerce. Dengan visi untuk menjadi solusi logistik yang cepat dan efisien, J&T Express memfokuskan layanan mereka pada pengiriman domestik dan internasional dengan menggunakan teknologi modern. Dalam waktu singkat, perusahaan ini berhasil memperluas jangkauan layanannya ke berbagai wilayah di Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara lainnya, menjadikannya salah satu pemain utama dalam industri pengiriman di kawasan tersebut.

Sejak awal berdirinya, J&T Express telah mengembangkan jaringan distribusi yang luas dengan membangun ribuan titik layanan dan gudang di seluruh Indonesia. Inovasi teknologi menjadi salah satu kunci kesuksesan J&T Express, dengan penggunaan aplikasi yang memudahkan pelanggan dalam melacak pengiriman dan mengatur pengambilan barang. Selain itu, J&T Express juga dikenal dengan komitmennya untuk memberikan layanan pelanggan yang baik, yang berdampak positif pada kepuasan pengguna jasa. Dalam waktu kurang dari satu dekade, J&T Express telah menjadi salah satu perusahaan logistik terkemuka di Indonesia dan terus berupaya meningkatkan kualitas layanannya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

Uji Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu instrument penelitian yang dapat dilakukan untuk melihat valid atau tidaknya suatu variabel dalam penelitian. Dengan taraf sig = 5% koefisien korelasinya yang didapat dari hasil perhitungan statistic kemudian dibandingkan dengan hasil nilai dari tabel korelasi pada nilai r dengan drajat kebebasan (n-2), dimana n adalah jumlah responden dan 2 jumlah variabel. Kriteria pengujian berdasarkan r_{hitung} dan r_{tabel} sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk $N = 100$, maka degree of freedom (df) = $100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikan 0,05 atau 5% maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,196. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Untuk lebih jelasnya persamaan dan hasil analisis SPSS dapat di lihat dari tabel 4. 3 dan tabel 4.4 dibawah ini:

- 1) Kuesioner Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 1

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,634	0,196	Valid
2.	0,337	0,196	Valid
3.	0,568	0,196	Valid
4.	0,471	0,196	Valid
5.	0,636	0,196	Valid
6.	0,272	0,196	Valid
7.	0,453	0,195	Valid
8.	0,480	0,196	Valid
9.	0,281	0,196	Valid
10.	0,620	0,196	Valid

Sumber: Hasil Pengelolahan data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 1 di atas, hasil analisis data variabel bebas yaitu kualitas pelayanan menunjukkan bahwa seluruh koefisien korelasi memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} 0.196, artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid, maka pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2) Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,328	0.196	Valid
2.	0,818	0.196	Valid
3.	0,261	0,196	Valid
4.	0,928	0,196	Valid
5.	0,935	0,196	Valid
6.	0,924	0,196	Valid
7.	0,930	0,196	Valid
8.	0,916	0,196	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 2 di atas, hasil analisis data variabel terikat yaitu kepuasan konsumen menunjukkan bahwa seluruh koefisien korelasi memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} 0.196, artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid, maka pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Reliabilitas merupakan satu instrumen stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrumen pengukuran sehingga terdapat kesesuaian antara alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur tersebut dapat dipercaya ataupun dapat dipakai.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan program SPSS dengan kriteria pengujiannya: Alpha (α) pada variabel dikatakan reliabel atau handal apabila memiliki *Cronbach's Alpha* > dari 0,60, sebaliknya jika hasil nilai *Cronbach's Alpha*-nya lebih < dari 0,60 berarti tidak reliabel (Sugiyono, 2019). Berikut ini hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut ini :

Tabel 3

Hasil Uji Realiabilitas Kualitas Pelayanan (X) Dan Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Batas	Hasil
1	Kualitas Pelayanan	0,611	0,60	Realibel
2	Kepuasan Konsumen	0,939	0,60	Realibel

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* pada variabel Kualitas Pelayanan (X) adalah 0,611 dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,939. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel kualitas pelayanan dan variabel Kepuasan Konsumen dinyatakan realibel atau handal dan dapat diterima karena memiliki *cronbach alphas* yang lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable independen dan variable dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistic dengan Kolmogorov-Smirnov. Pengujian normalitas menggunakan pengujian *Kolmogorov Smirnov*. Dengan tingkat *sig prob* < dari 0,05 menunjukkan bahwa datanya tidak berdistribusi normal. Kriteria penilaian yaitu:

- a) Jika nilai *prob* > dari 0,05 maka dipastikan model regresi tersebut berdistribusi normal.
- b) Jika nilai *prob* < dari 0,05 maka dipastikan model regresi tersebut tidak berdistribusi normal

Tabel 4

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	7,30056527
Absolute		,104
Most Extreme	Positive	,104

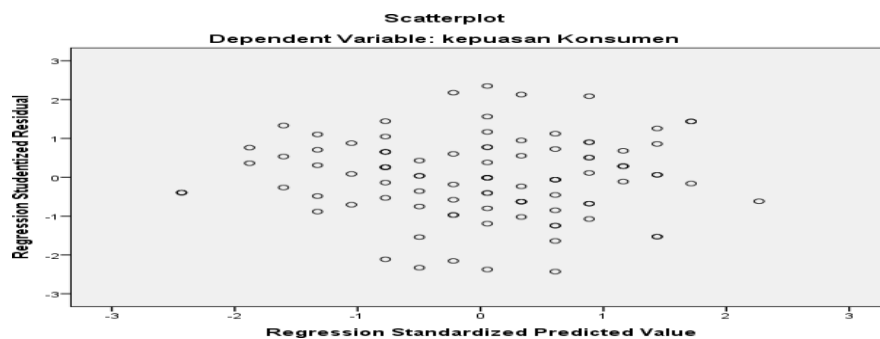
Differences	-,102
Negative	
Kolmogorov-Smirnov Z	1,036
Asymp. Sig. (2-tailed)	,734

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 21

Dari tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* hanya dengan melihat nilai Asymp Sig. (2-tailed) pada output SPSS 21. Dapat terlihat bahwa data Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,734 > 0,05$ (5%), sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedasitas pada data dilakukan dengan melihat grafik uji *scatterplot* dengan kriteria heteroskedastisitas terjadi apabila *scatterplot* yang direpresentasikan memiliki pola tertentu seperti linear atau garis lurus. Sebaliknya, tidak ditemukan adanya heteroskedastisitas apabila *scatterplot* tidak memiliki pola tertentu. Hasil pengujian heteroskedastisitas (Gozali, 2018) dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1

Hasil Uji Heterokedastisitas *Scatterplot*

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 21

Berdasarkan gambar 1 diatas yang diperoleh dari pengolahan data penelitian yang diambil dari jawaban responden yang diolah menggunakan spss versi 21. Terdapat titik-titik yang menyebar dan tidak berbentuk pada pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas.

Uji Hipotesis

Uji Analisis Regresi Linier sederhana

Regresi linier ialah alat ukur statistik yang dipakai untuk melihat apakah terdapat

pengaruh diantara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengertian analisis linier sederhana hampir sama dengan linier berganda, bedanya variabel bebasnya pada regresi sederhana hanya satu. Persamaannya sebagai berikut: (Ghozali, 2018)

$$Y = a + bx + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian x = Kualitas produk

a = Konstanta (nilai y apabila x=0)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan) e = error

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	56,127	7,863	,624	7,138	,000
Kualitas Pelayanan	,435	,192		2,272	,000

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 21

Berdasarkan uji regresi linier sederhana melalui program SPSS diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

- a. Nilai regresi (a) = 56,127 artinya jika nilai variabel kualitas pelayanan (X) dianggap konstanta (tetap) sama dengan nkl (0), maka nilai variabel kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 56,127
- b. Nilai koefisien variabel X = 0,435 artinya apabila variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar satu poin, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,435. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena pada hasil analisis regresi linier sederhana tidak menghasilkan nilai negatif.

Uji Parsial (T-Test)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu variable independen secara parsial terhadap variasi variable dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variable independen secara individu berpengaruh terhadap variable dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2018). Hasil uji-t pada spss bisa dilihat di tabel *coefficients* yang letaknya pada

kolom *sig*, pengujian ini menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengujian adalah :

- Dengan membandingkan nilai *t* hitung dan nilai *t*table untuk $N=100$, maka degree of freedom (d.f) = $100 - 2 = 98$ maka diperoleh adalah *t*table 0,1661 Apabila $t_{hitung} < t_{table}$ maka H_0 ditolak. Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ maka H_a diterima.
- Dengan melihat nilai probabilitas signifikan apabila nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ maka H_0 ditolak. Apabila nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima.

Tabel 6
Hasil Uji Parsial T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	56,127	7,863		7,138	,000
Kualitas Pelayanan	,435	,192	,624	2,272	,000

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 21

Berdasarkan hasil Uji *t* di atas, dapat diketahui nilai *t* hitung = 2,272 dan *t* tabel = 1,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada taraf signifikan 0,05. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $2,272 > 1,661$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Determinasi (2) menurut (Ghozali, 2018) adalah kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, yang bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel independen, yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Pengguna jasa J&T Express Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas.

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

Keterangan:

KP = Besarnya koefisien penentu (determinan)

r^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Dalam menjelaskan variabel dependen, adalah Kualitas Pelayanan. Nilai determinasi (2) untuk menunjukkan persentase tingkat kebenaran prediksi dari pengujian regresi yang dilakukan. Nilai (2) memiliki range dari 0 sampai 1, jika nilai (2) semakin mendekati 1 berarti semakin besar variabel independen dalam menjelaskan variabel- variabel dependen hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen, diukur dengan koefisien korelasi (R). Jika angka R diatas 0,5 maka korelasi atau hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen adalah kuat. Sebaliknya jika angka R dibawah 0.5 maka korelasi atau hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen adalah lemah (Ghozali, 2018).

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,224 ^a	,350	,340		1,338

Hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 7 diatas diketahui bahwa besar koefisien determinasi (R Square) pada penelitian ini adalah 0,350. Artinya bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 35 % Sedangkan sisanya sebesar 65 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian ini(Ghozali, 2018).

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa J&T Express di Sibuhuan, Kecamatan Barumun, Kabupaten Padang Lawas. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang dianalisis, yaitu variabel independen (kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2017), sedangkan kepuasan konsumen adalah perasaan puas yang muncul ketika kinerja produk atau layanan memenuhi harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa J&T Express. Penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Bimantara, 2020). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat

dipercaya. Nilai Cronbach's alpha pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,611, sedangkan untuk kepuasan konsumen sebesar 0,939, yang menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam instrumen penelitian ini reliabel.

Uji analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dengan persamaan linier $Y = 56,127 + 0,435 X$. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 35%, sementara 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Meskipun kualitas pelayanan berperan penting, penelitian ini mengindikasikan bahwa faktor lain seperti harga dan citra toko juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Syadzali, 2020). Dengan demikian, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dirasakan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa J&T Express di Sibuhuan, Kecamatan Barumun, Kabupaten Padang Lawas. Uji regresi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan konsumen, dengan kontribusi sebesar 35%. Meskipun kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan, masih terdapat 65% faktor lain yang berpengaruh, seperti harga dan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertimbangkan faktor-faktor lain untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar J&T Express terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan dan pengembangan karyawan, agar mereka dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu melakukan survei rutin untuk mengumpulkan umpan balik dari konsumen mengenai aspek-aspek layanan yang perlu diperbaiki. J&T Express juga sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga dan citra merek, agar dapat merumuskan strategi yang lebih komprehensif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Bimantara, B. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 258–264. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3718>
- Biro Pusat Statistik. (2023). *E-commerce 2022/2023* (pp. 1–144). <https://www.bps.go.id/>
- Biro Pusat Statistik. (2023). *Pertumbuhan pasar e-commerce Indonesia 2023*. Jakarta: Biro Pusat Statistik.
- Fadhilah, A. (2024, January 10). Kualitas pelayanan J&T Express Sibuhuan. (S. Daulay, Interviewer)
- Handoko, H. (2018). *Manajemen personalia & sumber daya manusia*. BPF.
- Hermawan, A. (2023). Analisis kualitas layanan J&T Express terhadap kepuasan pelanggan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 75–90.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Maimunah, S., & Putri, Y. D. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ID Express Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 11(2), 79–85.
- Putri, C. A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar. *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.
- Safavi, V. D. R., & Hawignyo. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan