Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page 10897-10910

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Ekspress Surakarta

Bartolomeus Herawan Mintardjo
Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta
Corresponding Author: Bartolomeus Herawan Mintardjo, e-mail: barto.stpsahid@gmail.com

Published: July, 2025

ABSTRAK

J&T Ekspress merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang yang telah berdiri sejak tahun 2014, berlokasi di Surakarta. Tjiptono (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan pengiriman dalam memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda, dengan menggunakan uji signifikansi simultan (Uji-F) dan uji parsial (Uji-T) serta koefisien determinasi (R2) dengan menggunakan perangkat lunak Statistical Program of Social Science (SPSS) versi. 22 for Windows. Metode pengambilan sampel adalah metode purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) terdiri dari kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi (P-value) 0,000 < 0,05. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa hanya daya tanggap yang memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi (P-value) 0,002 < 0,05.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan (Keandalan, Jaminan, Bukti Nyata, Empati, Daya Tanggap)

ABSTRACT

J&T Ekspress is a company engaged in freight forwarding services that has been established since 2014, located at, Surakarta.Tjiptono (2007) revealed that service quality is an effort to fulfill consumer needs and desires as well as the accuracy of delivery in meeting consumer expectations. This study aims to analyze the effect of service quality consisting of reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness to customer satisfaction at J&T EKSPRESS Surakarta.The research method used is descriptive analysis method and multiple linear regression, using the simultaneous significance test (F-test) and partial test (T-test) and the coefficient of determination (R2) using the Statistical Program of Social Science (SPSS) software version. 22 for Windows. The sampling method is purposive sampling method and the sampling is 80 respondents.Simultaneous test results show that service quality (X) consists of reliability, assurance, physical evidence, empathy, and responsiveness. has a significant effect simultaneously on the customer satisfaction variable with a significance value (P value) of 0.000 <0.05. The partial test results show that only the responsiveness variable has a partial significant effect on the customer satisfaction variable with a significance number (P Value) of 0.002 <0.05.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness)

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi ini, segala aktivitas menjadi lebih cepat dan efisien. Selain itu, lebih banyak mengkonsumsi gaya hidup Indonesia dan perlu melakukan segalanya lebih cepat. Perubahan gaya hidup membuat segalanya menjadi lebih cepat, dan layanan pengiriman barang atau ekspedisi juga berkembang lebih cepat baik untuk pengiriman barang domestik maupun internasional. Semakin banyak

orang yang menggunakan jasa pengiriman. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen dari kualitas layanan yang mereka berikan, perusahaan memperoleh nilai lain. Kualitas pelayanan perlu mendapat banyak perhatian dari perusahaan, karena kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan tingkat daya saing dan profitabilitas perusahaan. Kotler dan Keller (2007: 286) menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah cara kerja organisasi yang berusaha untuk terus meningkatkan kualitas proses, produk, dan layanannya. Sedangkan menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen serta mencapai penyampaian yang akurat yang memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dalam lima dimensi, dalam urutan kepentingan relatif yang menurun (Tjiptono, 2007). Yaitu, keandalan, keamanan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap.Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, Selain itu juga berkaitan erat dengan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Semakin tinggi kualitas pelayanan suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya. Menurut Kotler dan Keller (2009: 138-139), kepuasan adalah rasa senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kesan dan harapan terhadap kinerja (atau hasil) produk. Jika Anda dapat menjaga kepuasan pelanggan, Anda akan berhasil menarik banyak pelanggan. Ketika pelanggan puas, hubungan yang harmonis terbentuk antara produsen dan konsumen, yang menciptakan dasar yang baik untuk pembelian berulang dan menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap organisasi jasa didefinisikan sebagai suatu kondisi di mana harapan konsumen terhadap suatu layanan konsisten dengan realitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Konsumen akan kecewa jika pelayanan perusahaan jasa jauh di bawah harapan mereka. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan mereka, mereka akan puas. Harapan konsumen dapat dilihat dari pengalaman mereka menggunakan jasa perusahaan jasa, perkataan orang lain, dan informasi iklan yang tersebar. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, J&T EXPRESS berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan kami. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas juga banyak sekali problematika yang sering dihadapi oleh J&T Ekspress dalam menghadapi customer, seperti customer tidak mengetahui zonasi dalam pengiriman barang ke negara tujuan padahal setiap zona harganya berbeda. Selain itu, customer tidak mengetahui cara packing barang kiriman baik barang yang dangerous, liquid maupun general cargo, sehingga J&T Ekspress memberikan pelayanan ini secara gratis demi kepuasan pelanggan. Kemudian, customer juga tidak mengetahui cara melacak paket apakah paket tersebut masih tertahan di bea cukai, atau sedang transit maupun sudah delivered, sehingga J&T Ekspress memberikan layanan ini kepada customer dengan sebaik-baiknya. Tak hanya itu, customer juga tidak mengetahui dokumen apa saja yang dibutuhkan untuk mengirimkan barang ke negara tujuan,

seperti invoice, packing list, Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), Nota Pelayanan Ekspor (NPE), Material Safety Data Sheet (MSDS), Email Approval, Letter of Non Dangerous (NON DG, dan lain sebagainya, sehingga J&T Ekspress juga memberikan layanan ini kepada customer dengan cuma-cuma atau gratis, sehingga menimbulkan perasaan puas terhadap customer dan akan menggunakan jasa dari J&T Ekspress kembali ketika ingin mengirimkan barang. Dari segi pelayanan, J&T Express selalu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan kami, mulai dari fasilitas gedung perkantoran, fasilitas penjemputan dari lokasi Anda ke kantor J&T Express, hingga kinerja karyawan yang sesuai dengan visi Anda. Dan misi perusahaan adalah menciptakan reputasi perusahaan yang baik di hadapan pelanggan. Hal ini menarik untuk diteliti, karena belum ada yang menyelidiki atau membahas J&T Express. Ini adalah reputasi perusahaan ketika melayani pelanggannya, dan bahkan dapat mengevaluasi dengan lebih baik sejauh mana J&T Express melayani.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan teknik pengumpulan data dan informasi, dalam penelitian ini menggunakan dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk sampel diambil dari pelanggan yang aktif menggunakan Jasa Pengiriman J&T EKSPRESS yang berjumlah 360 pelanggan. Ukuran sampel (jumlah responden) ditentukan dengan Metode Slovin sehingga diperoleh sebanyak 80 responden.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik Nonprobability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono2012). Peneliti juga menggunakan Sampling Purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Sampling Purposive memberikan kemudahan dalam pengumpulan data, tidak memerlukan daftar populasi dan tidak memerlukan biaya yang besar. Dengan cara ini setiap responden dapat dipilih melalui screening question yaitu dengan menentukan kriteria responden harus sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa J&T EKSPRESS.

Skala pengukuran adalah suatu instrumen atau mekanisme untuk membedakan individu dalam hal terkait variabel yang diteliti. (Sekaran, 2006). Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur respon dari responden dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sedangkan data yang akan diperoleh adalah skala ordinal. Pada Kuesioner akan disediakan lima pilihan jawaban yang memiliki skor 1-5. Apabila skor semakin kecil, maka akan menghasilkan jawaban tidak setuju sedangkan skor semakin besar akan menghasilkan jawaban Setuju. Pada penelitian ini juga menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat apakah seluruh item pernyataan pada kuesioner sudah dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Untuk mengukur validitas, peneliti menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan untuk mengukur reliabilitas menggunakan rumus

Alpha Cronbach. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Deskriptif untuk mengetaui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS dan Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian Hipotesis pada penelitian ini diuji secara simultan dan parsial agar terlihat jelas pengaruh variabel kualitas pelayanan secara individu dan pengaruh kualitas pelayanan secara keseluruhan terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara kenyataan dan apa yang diharapkan pelanggan dari layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang sebenarnya diterima. Menurut Lewis & Booms dari Tjiptono dan Chandra (2005), kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi permintaan pelanggan. Layanan memiliki banyak arti, dari layanan pribadi hingga layanan produk. Banyak pemasar jasa telah mencoba mendefinisikan arti dari suatu jasa. Menurut pendapat ahli tentang jasa: Berry dalam Yazid (2005), "Layanan sebagai Tindakan (Actions, Procedures, Activities): Processes and Intangible Performance". Mudreick dalam Yazid (2005) mendefinisikan jasa dalam hal penjualan dan konsumsi, bukan barang. Tjiptono (2002) Kolter adalah jasa, yaitu "setiap tindakan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak membawa kepemilikan apapun". Layanan tidak berwujud (kenyamanan, hiburan, kecepatan, kegembiraan, kesehatan, dll.) dan sementara (layanan tidak dapat disimpan dalam inventaris dan dijual atau dikonsumsi saat dibutuhkan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan". Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan negative atau buruk. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan.

Pekerjaan responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah Karyawan Swasta yaitu sebanyak 44 responden atau 55% dan pekerjaan responden yang jumlah terendah adalah PNS/ TNI/ Polisi. Dari hasil tersebut menunjukkan para pelanggan memang kebanyakan dari mereka yang bekerja di Kawasan perdagangan atau sentra perdagangan kain sebagai karyawan swasta khususnya Export Import

Division karena memiliki jobdesk yaitu mengirimkan barang kepada konsumennya sehingga akan lebih sering menggunakan jasa pengiriman J&T EKSPRESS, hal ini berdasarkan wawancara dengan responden yang bekerja sebagai karyawan swasta yang merupakan pelanggan J&T EKSPRESS Surakarta.

Berdasarkan kelompok lama berlangganan yang paling dominan dalam penelitian ini adalah > 12 Bulan yaitu sebanyak 30 responden atau 37,5% dan persentase yang paling rendah adalah < 3 Bulan dengan jumlah 7 responden atau 8,8%. Pelanggan yang sudah lama berlangganan pada sebuah perusahaan adalah pelanggan yang setia dan dapat mencerminkan baik/buruknya pelayanan dalam sebuah perusahaan pelayanan jasa terhadap pelanggannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pelanggan cenderung setia menggunakan jasa J&T EKSPRESS berdasarkan kelompok lama berlangganan yang paling dominan yaitu > 12 Bulan.

Karakteristik responden berdasarkan waktu penggunaan terakhir yang paling dominan dalam penelitian ini adalah < 1 Bulan yaitu sebanyak 56 responden atau 70% dan persentase terendah adalah > 6 Bulan yang lalu dengan jumlah 24 responden atau 30%. Pelanggan yang baru-baru ini menggunakan jasa pelayanan tentu masih mengingat dengan pasti cara pegawai perusahaan melayaninya. Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan waktu penggunaan terakhir yang paling dominan adalah < 1 Bulan, sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi yang diberikan oleh responden mengenai kualitas pelayanan J&T EKSPRESS adalah informasi yang terkini.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, nilai n = 80, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka didapat r tabel sebesar 0,220. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner dinilai valid karena memiliki nilai korelasi (r) > 0,220. Sehingga setiap item kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada kuesioner dapat dijadikan pengukuran dalam penelitian ini. Berdasarkan uji reliabilitas dapat diketahui semua pernyataan pada kuesioner dinilai reliabel karena nilai Cronbach`s Alpha Based on Standardized Item pada setiap variabel > 0,7. Sehingga seluruh instrumen dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena setiap instrumen tersebut sudah baik.

Analisis Deskriptif

Secara keseluruhan rata-rata persentase kepercayaan yang dirasakan responden sebesar 85,88%. Seperti yang Anda lihat, sebagian besar responden memiliki J&T EKSPRESS memenuhi janji mereka, menunjukkan minat yang benar kepada pelanggan mereka, melayani mereka dengan benar, memiliki kebijakan yang tepat pada tingkat 85,88%, atau termasuk dalam kategori cap contract. Saya setuju bahwa Anda adalah. Secara keseluruhan rata-rata persentase kesadaran responden terhadap keselamatan adalah 88,06%. Oleh karena itu, sebagian besar responden mengatakan bahwa karyawan J&T EKSPRESS melakukan tindakan yang mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya, produk aman sampai tujuan, dan karyawan J&T EKSPRESS ramah dan pandai menjawab pertanyaan. dengan rasio 88,05%. Kategori sepenuhnya setuju dengan pembatasan.

Secara keseluruhan, rata-rata persentase persepsi responden terhadap konkrit (bukti langsung) adalah 88,08%. Oleh karena itu, sebagian besar responden setuju bahwa J&T EKSPRESS dilengkapi dengan peralatan canggih, peralatan fisik yang menarik, dan 88,08% atau kategori persetujuan termasuk karyawan yang tampak dalam kondisi baik. Secara keseluruhan, rata-rata persentase empati yang dirasakan responden adalah 89,81%. Oleh karena itu, sebagian besar dari 89,81% responden menyatakan bahwa karyawan J&T EKSPRESS dapat merawat pelanggannya secara individu, memiliki jam kerja untuk memenuhi kebutuhannya, peduli dengan itikad baik, dan memenuhi kebutuhan khusus mereka, Anda dapat melihat bahwa Anda setuju. Termasuk dalam kategori persetujuan. Secara keseluruhan, rata-rata persentase tanggapan persepsi responden adalah 91,75%. Hasilnya, sebagian besar responden akan menemukan bahwa karyawan J&T EKSPRESS melayani pelanggannya, memberikan layanan yang cepat dan akurat, dan karyawan selalu membantu pelanggan dalam kategori 91,75% atau "setuju". Anda dapat melihat bahwa Anda setuju bahwa Anda siap. Jatuhkan. Secara keseluruhan, rata-rata persentase kepuasan pelanggan yang dirasakan responden sebesar 90,58%. Oleh karena itu, sebagian besar responden mengatakan bahwa J&T EKSPRESS memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan J&T EKSPRESS lebih unggul dari perusahaan pelayaran lainnya, dan pelanggan menyampaikan keluhan dan keluhan kepada J&T EKSPRESS. Anda dapat melihat bahwa saya setuju dengan pernyataan bahwa tidak ada. 90, 58%, atau persentase inklusif dalam kategori sepenuhnya setuju dengan batas bawah.

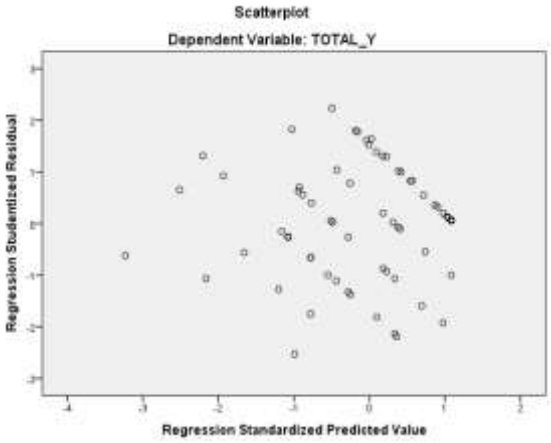
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Hasil pengujian Multikolinearitas dapat dilihat pada table.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritas. Hal ini tampak pada nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,1. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

2. Uji Heterokedastisitas

Cara yang digunakan untuk mendeteksi heterokedastisitas pada penelitian ini adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadinheteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dari program SPSS dapat dilihat pada gambar berikut ini:

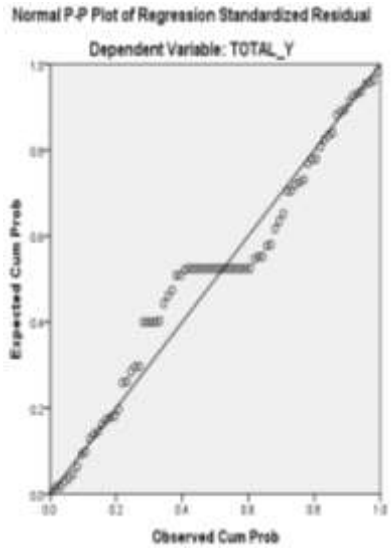


Gambar 1

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* Tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Normalitas

Dalam pengujian normalitas, pada penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan SPSS. Data yang normal ditandai dengan adanya titik-titik yang tersebar di seputaran garis diagonal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2

Berdasarkan gambar 2 dapat disimpulkan bahwa data yang digunakanmenunjukan indikasi normal. analisis dari grafik tersebut adalah terlihat titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti garis diagonal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Maka model ini layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variable independen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil regresi dengan menggunakan program SPSS versi 22.0, maka didapatkan koefisien regresi yang dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Berdasarkan pada tabel maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = 0,125 X1+ 0,097 X2+ 0,014 X3+ 0,274 X4+ 0,392 X5

Tabel 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.174	.754		1.557	.124
	X1_Reliability	.088	.076	.125	1.160	.250
	X2_Assurance	.074	.098	.097	.755	.453
	X3_Tangibles	.015	.145	.014	.100	.920
	X4_Empathy	.276	.148	.274	1.868	.066
	X5_Responsiveness	.321	.101	.392	3.171	.002

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan Pelanggan

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Nilai 0,125 pada variable reliability (X1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat reliability yang diberikan J&T EKSPRESS, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
2. Nilai 0,097 pada variable assurance (X2) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi assurance yang diberikan J&T EKSPRESS, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
3. Nilai 0,014 pada variable tangibles (X3) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tangibles yang diberikan J&T EKSPRESS, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
4. Nilai 0,274 pada variable empathy (X4) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi rasa empathy yang diberikan J&T EKSPRESS, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
5. Nilai 0,392 pada variable responsiveness (X5) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi responsiveness yang diberikan J&T EKSPRESS, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Uji Koefisisen Determinasi

Koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X1,X2,X3,X4,X5). Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R Square, nilai ini dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Nilai Adjusted R Square dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817[a]	.667	.644	1.358

a. Predictors: (Constant), X5_Responsiveness, X1_Reliability, X2_Assurance, X3_Tangibles, X4_Empathy

Pada tabel dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted* R *Square*adalah sebesar 0,644. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen (*Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*) dapat menjelaskan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar 64,4%, sedangkan sisanya diterangkan oleh factor lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, apakah Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Bukti Langsung (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273.140	5	54.628	29.620	.000[b]
	Residual	136.480	74	1.844		
	Total	409.619	79			

a. Dependent Variable: Y_Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), X5_Responsiveness, X1_Reliability, X2_Assurance, X3_Tangibles, X4_Empathy

Hipotesis variabel secara simultan adalah

a. H0: b1= b2= b3= b4= b5= 0

   Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan

b. Ha: b1= b2= b3= b4= b5≠ 0

   Artinya: Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 29,620 dan angka signifikansi (P value) sebesar 0,000, dengan tingkat signifikansi 95% (α = 0,05). Angka signifikansi (P value) sebesar 0,000 < 0,05. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 ditolak atau berarti variable *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy* Dan *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2. Pengujian secara Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan Untuk menguji seberapa besar hubungan variabel-variabel independen yaitu *reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness* secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4

No	Variabel	Hasil Uji t
		Signifikasi
X1	Reliability	0,250
X2	Assurance	0,453
X3	Tangibles	0,920
X4	Empathy	0,066
X5	Responsiveness	0,002

Berdasarkan tabel, maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel *Reliability* (Keandalan)

   Hipotesis variable *reliability* adalah:

   a. H0: b1= 0

      Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta.

   b. Ha: b1≠ 0

      Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta. Pada variable *reliability* dengan tingkat signifikansi 95% (α = 0,05). Angka signifikansi (P *Value*) pada variable *reliability* sebesar 0,250 > 0,05. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 diterima atau berarti variable *reliability* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

2. Variabel *Assurance* (Jaminan)

   Hipotesis variable *assurance* adalah:

   a. H0: b2= 0

      Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta.

   b. Ha: b2≠ 0

      Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta. Pada variable *assurance* dengan tingkat signifikansi 95% (α =0,05). Angka signifikansi (P *Value*) pada variable *assurance* sebesar 0,453 > 0,05. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 diterima atau berarti variable *assurance* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

3. Variabel *Tangibles* (Bukti Langsung)

   Hipotesis variable *tangibles* adalah:

a. H0: b3= 0

   Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta

b. Ha: b3≠ 0

   Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta.

Pada variable *tangibles* dengan tingkat signifikansi 95% (α =0,05). Angka signifikansi (P *Value*) pada variable *tangibles* sebesar 0,920 > 0,05. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 diterima atau berarti variable *tangibles* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

4. Variabel *Empathy* (Empati)

Hipotesis variable *empathy* adalah:

a. H0 : b4 = 0

   Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta

b. Ha: b4 ≠ 0

   Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta. Pada variable *empathy* dengan tingkat signifikansi 95% (α = 0,05). Angka signifikansi (P *Value*) pada variable *empathy* sebesar 0,066 > 0,05. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 diterima atau berarti variable *tangibles* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

5. Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Hipotesis variable *responsiveness* adalah:

a. H0: b5= 0

   Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta

b. Ha: b5≠ 0

   Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta. Pada variable *responsiveness* dengan tingkat signifikansi 95% (α =0,05). Angka signifikansi (P *Value*) pada variable *responsiveness* sebesar 0,002 < 0,05. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 ditolak atau berarti variable *responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis benar dan memiliki kebijakan-kebijakan yang tepat yaitu sebesar 85,88% Hal ini menunjukkan tingkat variable *reliability* pada kualitas pelayanan J&T EKSPRESS sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,250 yang berada diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,125. Dapat disimpulkan bahwa *reliability* bernilai positif tetapi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Responden mengatakan sangat setuju bahwa pegawai J&T EKSPRESS memiliki perilaku yang dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan, barang yang dikirim aman sampai tujuan, pegawai J&T EKSPRESS ramah dan dapat menjawab pertanyaan dengan baik yaitu sebesar 88,06%. Hal ini menunjukkan tingkat variable *assurance* pada kualitas pelayanan J&T EKSPRESS sangat baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,453 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,097. Dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh positif tetapi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa J&T EKSPRESS memiliki peralatan yang modern, fasilitas fisik yang menarik, dan pegawai yang berpenampilan rapi yaitu sebesar 88,08%. Hal ini menunjukkan tingkat variable *tangibles* pada kualitas pelayanan J&T EKSPRESS sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,920 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,014. Dapat disimpulkan bahwa *tangibles* berpengaruh positif tetapi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan..

Responden menyatakan setuju bahwa pegawai J&T EKSPRESS memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memiliki jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian secara tulus, dan mampu memahami kebutuhan khusus pelanggan yaitu sebesar 89,81%. Hal ini menunjukkan tingkat Variable *empathy* pada kualitas pelayanan J&T EKSPRESS sudah baik. Sementara untuk pernyataan hipotesis bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,066 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,274. Dapat disimpulkan bahwa *empathy* berpengaruh positif tetapi secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pegawai J&T EKSPRESS memberi tahu secara pasti kapan pelanggan akan dilayani, memberikan pelayanan yang dan tepat, dan pegawai selalu berkeinginan untuk membantu pelanggan yaitu sebesar 91,75%. Hal ini menunjukkan tingkat variable *responsiveness* pada kualitas pelayanan J&T EKSPRESS sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,392. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi rasa *responsivenees* yang diberikan J&T EKSPRESS kepada pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya.

Responden menyatakan sangat setuju bahwa J&T EKSPRESS memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan J&T EKSPRESS lebih baik dari pada perusahaan pengiriman lain, dan pelanggan tidak pernah menyampaikan keluhan ataupun komplain kepada J&T EKSPRESS sebesar 90,58%. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pada J&T EKSPRESS Surakarta sangat baik. Pada pengujian secara simultan diperoleh angka signifikansi (P value) sebesar 0,000 < 0,05. Atas dasar perhitungan tersebut maka H0 ditolak atau berarti variable *Reliability*, *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variable kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat juga diketahui bahwa dari variabel kualitas pelayanan, variable *empathy* yang memiliki berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, dimana variable *empathy* ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Sedangkan factor *reliability*, *assurance*, *tangibles,* dan *responsiveness* mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan

KESIMPULAN

Hal ini berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. J&T EKSPRESS Indonesia Express Surakarta telah membuat beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Kesimpulan berikut adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan pada J&T Ekspress Surakarta Secara deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata skor total 88,72%. Ini artinya kualitas pelayanan PT. J&T EKSPRESS mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan. dan 11,28% adalah hasil skor nilai dari responden yang memilih kategori tidak Setuju ataupun netral.
2. Kepuasan Pelanggan pada J&T Ekspress Surakarta Secara deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman PT. J&T EKSPRESS dalam kategori sangat baik dengan persentase skor sebesar 90,58%. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi menunjukan bahwa pelanggan akan selalu setia menggunakan jasa pengiriman PT. J&T EKSPRESS. dan 9,28% adalah hasil skor nilai dari responden yang memilih kategori tidak Setuju ataupun netral.
3. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. J&T EKSPRESS Indonesia Ekspres Surakarta Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 29,620 dan angka signifikansi (P value) sebesar 0,000, dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P value) sebesar 0,000 < 0,05. Pengujian hipotesis secara simultan melalui uji F menunjukan bahwa variable Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Ekspress Surakarta Berdasarkan hasil uji t disimpulkan kelima aspek variabel Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Ekspress Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Maman dan Sambas Ali. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Ghozali. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hurriyati, Ratih (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi kedua belas*. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran edisi jilid 1, edisi Ketiga belas*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Lovelock, Cristhoper & Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua). Jakarta: PT Indeks. Bb

Ratminto dan Atik Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung*: Alfabeta. arti%20Setyorini.pdf, diakses pada 6 Desember 2023.

Sugiyono, (2000), *Metode Penelitian Bisnis, Bandung* : CV Alfabeta

Sekaran, Uma. (1992). "Research Methods for Business". Third Edition. Southern Illionis University.

Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama.* Andi Ofset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama.* Andi Ofset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran. Yogyakarta* : Penerbit Andi.

Vernon, Mark. (2011). *Bisnis The Key Concept.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Yoeti, Oka A. (2006). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Bandung: PT Pradnya.