

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PELANGGAN PADA J&T EXPRESS**  
(Studi Kasus J&T Express Trumon)

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

**SAUKANI**  
NIM. 1805906030034



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH ACEH BARAT  
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PELANGGAN PADA J&T EXPRESS  
(Studi Kasus J&T Express Trumon)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan  
memenuhi syarat-syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi

**SAUKANI**  
NIM. 1805906030034



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH ACEH BARAT  
2022**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
**UNIVERSITAS TEUKU UMAR**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**MEULABOH – ACEH BARAT**

Website: [www.utu.ac.id](http://www.utu.ac.id), email: [fekonutu@yahoo.co.id](mailto:fekonutu@yahoo.co.id) Telp (0655) 7023552

Meulaboh, 02 Desember 2022

Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1 (S1)

### LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini telah menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : SAUKANI  
NIM : 1805906030034

Dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PELANGGAN  
PADA J&T EXPRESS (Studi Kasus J&T Express  
Trumon)**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Meulaboh.

Mengesahkan,  
Dosen Pembimbing

**Ika Rahmadani, S.E., M.,Si.Ak**  
**NIP. 198805132022032003**

Mengetahui:

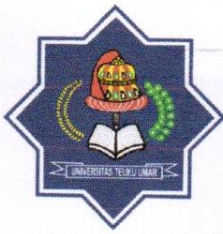
Dekan  
Fakultas Ekonomi



**Prof. Dr. T Zulham S.E.,M.Si**  
**NIP: 196002121989031003**

Ketua Program Studi  
Akuntansi

**Ika Rahmadani, S.E., M.Si.Ak.**  
**NIP. 198805132022032003**



Meulaboh, 02 Desember 2022

Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1 (S1)

### LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : SAUKANI  
NIM : 1805906030034

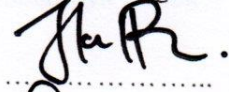
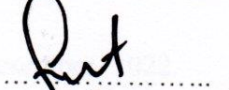
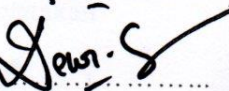
Dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PELANGGAN PADA J&T EXPRESS (Studi Kasus J&T Express Trumon)**

Yang telah dipertahankan di depan Komisi Ujian pada tanggal 02 Desember 2022

Menyetujui  
Komisi Ujian

1. Ketua : Ika Rahmadani, S,E, M.,Si.Ak
2. Anggota : Lilis Marlina, S.E., M.Si.
3. Anggota : Dewi Sartika, SE., M. Sc.

Tanda Tangan

Mengetahui,  
**Ketua Program Studi Akuntansi**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SAUKANI

Nim : 1805906030034

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak mendapat reproduksi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan kesediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar kesarjanaan saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Meulaboh, 02 Desember 2022  
Yang Menyatakan





## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu  
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah Bacalah,  
dan Tuhanmulah yang maha Esa

“Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan laut (menjadi tinta)  
ditambahkan kepadanya tujuh laut (lagi) sesudah (kering) nya, niscaya tidak akan habis-  
habisnya (dituliskan) kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha  
Bijaksana”. (Q.S.Lukman:27)

Ya Allah. . .

Jadikanlah kami kaya akan ilmu, muliakanlah kami dengan ketekunan dan hiasilah diri  
kami dengan kesabaran, Sesungguhnya Allah tidak akan menguji seseorang hamba di  
luar batas kemampuannya dan mintalah pertolongan-Nya dengan shalat dan sabar

Alhamdulillah. . .

Dengan ridha-Mu ya Allah

Amanah ini telah selesai, sebuah langka usai sudah, Namun itu bukan akhir dari  
perjalananku, Melainkan awal dari sebuah perjalanan

Ayah & Ibu tercinta . .

Do'a dan air mata di tiap sujudmu yang selalu iringi langkahku serta ketulusan mu  
Yang kuatkan hatiku tuk terus berusaha menggapai asa. Setiap butir keringatmu  
menyemangatkanku untuk mewujudkan harapanmu.

Kasih sayangmu sejujukkan relung hatiku. Kini harapanmu telah kugapai.  
Tumbuhkan tekad yang suci untuk selalu membahagiakanmu

Terimakasih Ayah & Ibu atas segala  
kesabaran, kebaikan, dan segala hal terbaik yang telah diberikan kepada putra kalian  
ini. Ya Allah jadikanlah aku anak yang soleh, berbakti kepada orang tua,  
membanggakan orang tua, dan menjadi amal yang tak terputus bagi keduanya. Dengan  
ridha Allah kupersembahkan karya yang sederhana ini kepada keluargaku tercinta.  
Simpuh sujudku dan terimakasihku kepada yang tercinta ayahanda dan ibunda yang  
telah mendidikku & telah memberikan ku pendidikan sampai saat ini yaitu sarjana yang  
ku raih dengan penuh keikhilasan atas segala perhatian, pengertian, dan dukungannya.

By : Saukani, S.E

## ABSTRAK

Saukani, 2022. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan di J&T Express Trumon.** Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar. Dibimbing oleh ibu Ika Rahmadani,SE,M.Si.Ak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan Pada J&T *Express* Trumon. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 50 Responden dalam jangka dua minggu. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil penelitian bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan pada J&T *Express* Trumon. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan pada J&T *Express* Trumon. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bersama-sama berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan pada J&T *Express* Trumon.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Pengambilan Keputusan, J&T Express.**

## **ABSTRACT**

Saukani, 2022. *The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Decision Making at J&T Express Trumon. Thesis of Accounting Study Program, Faculty of Economics, Teuku Umar University. Supervised by Mrs. Ika Rahmadani, SE, M.Si.Ak*

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer decision making at J&T Express Trumon. The method used in this research is accidental sampling. The number of samples in this study amounted to 50 respondents within one month. Based on the results of the research that has been done, it is obtained that the quality of service has an effect on decision making at J&T Express Trumon. Customer Satisfaction has an effect on Decision Making at J&T Express Trumon. Service Quality and Customer Satisfaction Together affect Decision Making at J&T Express Trumon.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Decision Making, J&T Express.*



## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dengan ridha-Nya pula telah dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan Pada J&T Express Trumon**”. Shalawat beriring *salam* kepangkuan Alam Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabat beliau yang telah membuat reformasi total umat manusia ke dunia yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ishak Hasan ,M.si, selaku Rektor Universitas Teuku Umar Meulaboh.
2. Bapak Prof Dr. T. Zulham, S.E, M.,Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
3. Ibu Ika Rahmadani, S.E, M.,Si.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Teuku Umar dan juga sekaligus pembimbing yang telah banyak membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak-bapak dan ibu-ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu.
5. Kedua Orang tua, Kakak dan Adik yang sangat penulis cintai, yang telah memberikan do`anya untuk penulis sehingga berhasil dalam meraih cita-cita dibangku perguruan tinggi.

6. Teman-teman seperjuangan jurusan Akuntansi angkatan 2018 dan teman-teman yang memberikan arti sebuah persahabatan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari seluruh pihak agar Skripsi ini menjadi lebih baik dan dapat dipertanggung jawabkan. Akhirnya kepada Allah SWT jualah penulis menyerahkan diri karena tidak ada satupun kejadian dimuka bumi ini kecuali atas kehendak-Nya.

Alue Peunyareng, 02 Desember 2022  
Penulis

SAUKANI

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Teuku Umar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saukani  
Nim : 1805906030034  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Teuku Umar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan Pada J&T Express Trumon**) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Teuku Umar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Meulaboh, 02 Desember 2022

Saukani  
1805906030034

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>8</b>
2.1. TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i> .....	8
2.1.2 <i>Customers Satisfaction Theory</i> .....	9
2.1.3 Pengambilan Keputusan Pelanggan .....	10
2.1.4. Proses Pengambilan Keputusan.....	11
2.1.5. Jenis-jenis pengambilan keputusan .....	13
2.1.6. Faktor-faktor yang Diperhatikan Dalam Pengambilan Keputusan	16
2.1.7. Indikator Pengambilan Keputusan .....	17
2.2. Kualitas Pelayanan .....	17
2.2.1. Tujuan dan Fungsi Pelayanan.....	19
2.2.2. Indikator Konsep Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	19
2.3. Kepuasan Pelanggan .....	20
2.3.1. Indikator kepuasan pelanggan .....	20
2.4. Penelitian Terdahulu .....	21
2.5. Kerangka Pemikiran .....	23
2.5.1. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Pengambilan Keputusan Pelanggan .....	23
2.5.2. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan .....	24

2.5.3.	Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan .....	25
2.6.	Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Desain Penelitian .....	27
3.2.	Populasi Dan Sampel .....	30
3.2.1.	Populasi .....	30
3.2.2.	Sampel .....	30
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.6.	Model Analisis Data .....	33
3.6.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik .....	35
3.6.3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
3.7.	Uji Hipotesis .....	38
3.7.1.	Uji-t (Uji Parsial) .....	38
3.7.2.	Uji F (Uji simultan) .....	39
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	42
4.1.1	Profil J&T Express .....	42
4.2	Karakteristik Responden .....	44
4.3.	Analisis Data dan Pembahasan .....	47
4.3.1.	Uji Validitas dan Reabilitas .....	47
4.3.1.1.	Hasil Uji Validitas .....	47
4.3.1.2.	Hasil Uji Reabilitas .....	49
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik .....	50
4.3.2.1	Pengujian Normalitas .....	50
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas .....	51
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	52
4.3.3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
4.3.4.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (r <sup>2</sup> ) .....	54
4.3.5.	Uji t .....	55
4.3.6.	Uji Simultan (uji F) .....	56
4.4	Pembahasan .....	57
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan .....	57
4.4.2.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan .....	59
4.4.3.	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan .....	60

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>BIODATA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 4.1	Jumlah Kunjungan Di Kantor J&T Express Trumon Bulan Agustus Tahun 2022 .....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.3	Karakter Responden Menurut kelompok usia .....	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut pendidikan .....	46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan. ....	46
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel (Y) .....	48
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_1$ ).....	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel ( $X_2$ ).....	49
Tabel 4.9	Uji Instrumen Reabilitas .....	49
Tabel 4.10	Output Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.11	Uji Glejser .....	52
Tabel 4.12	Output Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4.13	Output Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik t.....	55
Tabel 4.15	Output Uji F .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1.	Grafik <i>Normal P-P Plot Standardized Residual</i> Dan Histogram .....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuisisioner
- Lampiran 3. Tabel Uji t
- Lampiran 4. Tabel Uji F
- Lampiran 5. Tabel r
- Lampiran 6. Hasil SPSS
- Lampiran 7. Dokumentasi
- Lampiran 8. Biodata

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tingkat perkembangan perekonomian dunia ditandai dengan adanya globalisasi di berbagai bidang yang disertai dengan tingginya arus penduduk, arus mata uang dan barang dalam arus perdagangan. Di sisi lain, dengan semakin tingginya kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, beban kerja pemerintah semakin meningkat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dalam jarak jauh menjadikan layanan ini sangat penting. Saat ini terdapat banyak sekali perusahaan jasa ekspedisi darat, mulai dari perusahaan besar dan kecil hingga perusahaan asing besar yang memiliki cabang di luar negeri, semua bertujuan untuk meyakinkan pelanggan menggunakan jasanya (Wibowo,2018).

Tidak mudah meyakinkan pelanggan untuk menggunakan fasilitas dan layanan tetap, salah satunya adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga jika semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap pelayanannya maka semakin besar pula kemungkinan dalam mengambil keputusan menjadi pelanggan setia di J&T Express.

Menurut Peter dan Olson (2013) Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Lebih lengkap lagi menyebutkan bahwa inti dari pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Pengambilan keputusan pada penelitian ini adalah pembelian. *J&T Express* dalam konsep jual

beli diposisikan sebagai penjual dan sebaliknya yang menggunakan jasa *J&T Express* sebagai konsumen atau pembeli. konsumen adalah raja, keputusan membeli dipengaruhi kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan . Sebagai raja memiliki kuasa untuk melakukan apa saja. Pelanggan pada dasarnya adalah konsumen biasa yang mencoba menggunakan jasa atau produk perusahaan. Pelanggan merupakan model kerjasama yang saling menguntungkan yang muncul dalam proses kerjasama antara penyedia jasa dan pengguna jasa. Tanpa kerjasama yang saling menguntungkan yang ada hanyalah proses pembelian barang biasa tanpa diikuti dengan pembelian barang berulang-ulang diwaktu lainnya. Hal ini yang membuat perusahaan *J&T Express* ingin menjadi penyedia jasa yang membuat pengguna jasa mau menggunakan jasanya secara terus menerus.

*J&T Express* juga merupakan perusahaan yang menjadi pelopor gratis jemput paket ditempat. Pelanggan dapat mengakses layanan gratis jemput di tempat kapan saja dan darimana saja melalui aplikasi smartphone, website dan call center. *J&T Express* juga melakukan terobosan dengan beroperasi 365 hari sepanjang tahun tanpa libur. *J&T Express* menerima penghargaan dari Garuda Indonesia sebagai *Top Contributor Domestic Agent* 2017. Penghargaan ini diterima oleh Bapak Yohannes Lim selaku *Manager Cargo Operations*. Sejak didirikan pada 20 Agustus 2015. oleh Jet Lee dan Tony Chen. *J&T Express* hanya membutuhkan waktu 2 tahun untuk menjadi salah satu perusahaan jasa pengiriman *express* terbaik di Indonesia. (<http://www.jet.co.id/about>).

J&T Express telah menjangkau seluruh Indonesia dengan 1.300 *drop point* (kantor cabang), 55 *gateway* (gudang penyimpanan), lebih dari 700 armada, lebih dari 15.000 sumber daya manusia, serta sudah resmi menjadi agen Garuda Cargo dan Citilink Cargo (<http://www.jet.co.id/about>). Hal ini perlu diapresiasi terhadap kinerja *J&T Express*, sehingga memperoleh banyak penghargaan dan mempunyai prestasi dalam hal penyedia jasa.

Banyak prestasi yang sudah diperoleh oleh *J&T Express* namun demikian tidak menutup kemungkinan masih banyak kekurangan yang terjadi di lapangan seperti, keterlambatan penerimaan paket yang terjadi di Kolaka Sulawesi Tenggara yaitu ratusan warga kolaka kesal dengan pelayanan *J&T Express* yang pelayanan sangat buruk karena hanya untuk mengambil paket kiriman saja prosesnya sangat rumit yaitu pelanggan harus mengorbankan waktu tenaga dan biaya untuk bolak balik ke kantor tersebut guna mendapatkan paketnya sendiri (<https://tribunnews.com>).

Keterlambatan penerimaan paket adalah masalah yang sering muncul, baru-baru ini juga ada terdapat paket salah sortir dari seseorang yang mengaku bernama Ibu Afiati Pada tanggal 26 Maret 2022 malam yang terjadi di Banda Aceh, Ibu Afiati Menyampaikan saya melakukan pengiriman paket menggunakan jasa *J&T Economy* dengan nomor resi JP6157998357 dari Depok, Jawa Barat jarak tujuan Banda Aceh. Berdasarkan trace & track telah terjadi tiga kali salah penyortiran sehingga paket dikirimkan ke Jakarta-Batam. Jakarta-Batam, Jakarta-Batam. Tanggal 12-16 April 2022, kemudian saya menghubungi call Center untuk menindak lanjuti paket tersebut (<https://www.google.com/amp.news.detik.com>).

Berdasarkan kasus diatas masih banyak perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan *J&T Express* dalam menanggulangi masalah. dalam hal keterlambatan penerimaan paket dan salah sortir, dengan demikian masih banyak pembenahan yang seharusnya diperbuat oleh *J&T Express* terutama menanggulangi masalah keterlambatan paket, salah sortir paket, menjaga keamanan paket sampai ditangan konsumen salah satunya dengan mengedepankan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Tjiptono (2016:125) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang sebenarnya mereka terima/peroleh dengan persepsi mereka terhadap atribut pelayanan perusahaan atas pelayanan yang sebenarnya mereka harapkan/inginkan. Hubungan antara produsen dan konsumen meluas jauh melampaui waktu pembelian, meluas ke layanan purna jual, dan berlanjut di luar siklus hidup produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja dan harus dilayani dengan baik, mengingat konsumen tersebut akan memberikan keuntungan bagi perusahaan agar dapat terus hidup, dengan memberi rasa kepuasan kepada konsumen.

Menurut Kotler (2017) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya karena tidak maksimalnya kepuasan yang diberikan kepada pelanggan maka pelanggan berpikir dua kali untuk kembali mengirim barang

pada tempat tersebut dan mereka lebih baik mencari tempat pengiriman yang lain dan lebih baik pelayanannya, adanya persaingan yang ketat dan banyaknya alternatif pilihan jasa pengiriman sehingga pelanggan semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman. Mengantisipasi keadaan tersebut adalah bagaimana menciptakan nilai dan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Oleh karena itu, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan terhadap kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Bukanlah hal mudah untuk membuat konsumen percaya dan puas terhadap pelayanan yang sudah disediakan, meskipun perusahaan *J&T Express* sudah sangat berusaha dalam mencapai hal tersebut, serta dengan mengedepankan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, untuk selalu menggunakan jasanya. dengan perusahaan jasa pengiriman barang yang profesional tentu distribusi atau logistik barang ke lokasi yang berbeda semakin mudah yang terpenting adalah bagaimana perusahaan ekspedisi tersebut tetap konsisten mengelola perusahaan dengan melayani konsumen semaksimal mungkin.

Penelitian ini merupakan Pengembangan dari penelitian Nurfitriani (2019) dengan Judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *J&T Express* Cabang Talasalapang Makasar. Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil kuesioner menunjukkan gambaran bahwa *J&T Express* Makasar telah mampu menjalankan kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan dalam loyalitas pelanggan khususnya pada *J&T Express* dilihat dari Kuesioner yang dilampirkan pada penelitian tersebut. dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berperan penting dalam pengambilan keputusan pada *J&T Express*.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan Judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan pada *J&T Express* (studi kasus *J&T Express* Trumon)”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Pengambilan keputusan pelanggan ?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Pengambilan keputusan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan Pelanggan secara Bersamaan-sama berpengaruh terhadap Pengambilan keputusan Pelanggan ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan
2. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan keputusan Pelanggan

3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan keputusan Pelanggan

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat dalam proses perkuliahan.

2. Bagi jasa pengiriman *J&T Express*

Agar lebih meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan merasa puas dan tetap menggunakan jasa pengiriman *J&T Express*.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1. TINJAUAN PUSTAKA

##### 2.1.1 *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* pertama kali dicetuskan oleh R. Edward Freeman sejak awal 1970 yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori manajemen organisasi dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengelola organisasi. *Stakeholder* dibagi menjadi dua, yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. *Stakeholder* internal terdiri dari pemilik, manajemen, dan karyawan; Sedangkan *stakeholder* eksternal terdiri dari pemerintah, masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan masa depan (Hernadi, 2012:23).

Teori ini beranggapan bahwa perusahaan melakukan kegiatan usahanya bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*. Oleh karena itu, teori *stakeholder* ini adalah strategi yang dibuat oleh perusahaan untuk menjaga hubungannya dengan pemangku kepentingan atau *stakeholder* diantaranya yaitu investor, pemerintah, kreditur, pegawai, pemasok, pelanggan, masyarakat dan termasuk lingkungan hidup.

Teori ini juga menyatakan bahwa setiap *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi perusahaan berperan dalam lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan (Sulistiwati dan Dirgantari, 2016). Hal ini disebabkan *stakeholder* dianggap dapat mempengaruhi tapi juga dapat dipengaruhi oleh perusahaan.

Munculnya teori *stakeholder* sebagai paradigma dominan semakin menguatkan konsep bahwa perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap para pemangku kepentingan atau *stakeholder* (Maulida dan Adam, 2012). Teori *stakeholder* berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para *stakeholder*-nya.

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder* tersebut, perusahaan tidak dapat menghindari dari kepentingan sosial terutama pada lingkungan alam sekitar perusahaan dimana hal tersebut merupakan salah satu bagian dari kepentingan *stakeholder*. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas untuk memaksimalkan laba dan kepentingan pemegang saham, namun juga perlu memberi perhatian khusus terhadap lingkungan, masyarakat, pelanggan dan pemasok dalam menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan sehingga dapat mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan sehingga perusahaan dapat memastikan keberlangsungan perusahaan atau *going concern*.

### **2.1.2. *Customers Satisfaction Theory* (Teori Kepuasan Konsumen)**

Menurut Kotler dan Keller ( 2019 : 138 ) *Customers Satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk ( hasil ) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan Menurut Lupiyoadi ( 2018 : 192 ) Kepuasan Konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk ( jasa ) yang diterima dan yang diharapkan

Jadi, dari beberapa definisi para ahli tentang Kepuasan Konsumen dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan konsumen yang timbul setelah membandingkan antara ekspektasi konsumen terhadap kinerja produk tersebut.

### **2.1.3. Pengambilan Keputusan Pelanggan**

Menurut Sari (2018:170) mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai tindakan menentukan suatu pendapat atau langkah-langkah tindakan. Secara formal, pengambilan keputusan adalah proses untuk memilih cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pengambilan keputusan berarti membuat pilihan dari berbagai kemungkinan atau alternatif.

Pengambilan keputusan seseorang terhadap suatu masalah tidak jauh dari pengetahuan yang telah diketahuinya sendiri. Dalam pengambilan keputusan, untuk memecahkan suatu masalah biasanya berfokus pada tujuan yang ingin dicapai oleh orang tersebut. Pengambilan keputusan sebenarnya merupakan aliran interaksi (*stream interaction*) antara proses faktor lingkungan, kognitif, afektif dan tindakan perilaku (Supranto & Limakrisna, 2011).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa, Pengambilan keputusan adalah tindakan yang diambil berdasarkan informasi yang diperoleh dalam memecahkan atau berkaitan dengan kegiatan dimasa yang akan datang dan dari pengertian diatas dapat melihat bahwa pengambilan keputusan adalah proses bagaimana menentukan keputusan yang terbaik, logis, rasional, dan ideal berdasarkan fakta, data, informasi dari sejumlah alternatif untuk dicapai target

yang telah ditetapkan dengan risiko paling kecil untuk dilaksanakan di masa mendatang.

#### **2.1.4. Proses Pengambilan Keputusan**

Dalam sebuah proses organisasi pengambilan keputusan dapat didasarkan pada faktor-faktor tertentu seperti kondisi di dalam organisasi itu sendiri, keadaan di luar organisasi dan ketersediaan informasi yang diperlukan. Keadaan dalam organisasi Misalnya, struktur organisasi memiliki faktor penting dalam pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi. Keadaan di luar organisasi yang bersangkutan sesuai dengan keputusan yang diambil harus memperhatikan situasi ekonomi, sosial, politik, hukum, budaya dan sebagainya. Sedangkan, ketersediaan informasi sangat diperlukan karena jika informasi tidak akurat, relevan, secara langsung akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan itu sendiri (Ginting, 2018).

Proses pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan (Hutapea, 2018).

##### **1. Penemuan Masalah**

Tahap ini merupakan tahap untuk mengidentifikasi masalah jelas, jadi perbedaan antara masalah dan tidak masalah (misalnya masalah) menjadi jelas. Sehingga masalahnya dihadapi dapat dicari model dan solusi yang tepat.

##### **2. Pemecahan Masalah**

Tahap ini merupakan tahap pemecahan masalah yang sudah ada atau sudah jelas. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi alternatif keputusan untuk dipecahkan masalah. Perhitungan faktor yang tidak bisa sebelumnya diketahui atau di luar jangkauan manusia, identifikasi peristiwa masa depan
- b. Membuat alat (sarana) untuk mengevaluasi atau mengukur hasil, biasanya dalam bentuk tabel hasil
- c. Pemilihan dan penggunaan model pengambilan keputusan.

### 3. Pengambilan Keputusan

Keputusan yang diambil didasarkan pada keadaan lingkungan atau kondisi yang ada, seperti kondisi pasti, kondisi tidak pasti, dan kondisi konflik. Menurut Sirait (2019) Pengambilan keputusan memang memegang peranan penting karena keputusan yang diambil oleh manajer adalah pemikiran terakhir yang harus dilaksanakan oleh bawahannya. Kesalahan dalam mengambil keputusan bisa merugikan organisasi, dari kehilangan citra hingga kerugian materi. Memukau keputusan tersebut dilatar belakangi oleh adanya suatu masalah dalam upaya mencapainya tujuan spesifik. Masalah didefinisikan sebagai suatu kondisi atau peristiwa yang merugikan atau berpotensi merugikan perusahaan secara negatif. Namun, masalah juga dapat menguntungkan atau berpotensi memberikan keuntungan dengan cara yang positif. Masalah ini dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. Masalah korektif adalah masalah yang timbul karena penyimpangan dari yang direncanakan. Masalah ini banyak terjadi dalam kegiatan pelaksanaan suatu rencana sehingga pengambilan keputusan dilakukan untuk memperbaiki rencana jika rencana berjalan salah.

2. Masalah progresif adalah masalah yang terjadi sebagai akibat dari keinginan untuk meningkatkan atau mengingatkan pencapaian atau hasil masa lalu.
3. Masalah kreatif adalah masalah yang muncul karena keinginan untuk menciptakan sesuatu yang baru.

Dalam hal pengambilan keputusan diperlukan data yang dapat digunakan diukur, dan dianalisis secara tepat untuk melaksanakan keputusan yang tepat. Dimana keputusan merupakan tindakan yang diambil untuk mengatasi masalah yang dihadapi organisasi. Pengambilan keputusan harus melalui proses atau tahapan dengan menggunakan pendekatan logis dan memilih alternatif yang baik dari banyak alternatif yang tersedia.

Efisiensi dan efektivitas suatu perusahaan sering dicurigai sebagai salah satu jenis masalah yang sering dihadapi. Perusahaan yang terlalu sering menghadapi masalah korektif menggambarkan cara kerja yang kurang efisien dan kurang efektif, dan perusahaan yang menghadapi masalah progresif lebih sering dan kreatif menggambarkan perusahaan yang relatif sukses dan inovatif.

#### **2.1.5. Jenis-Jenis Pengambilan Keputusan**

Jenis-jenis pada tingkatan manajemen perusahaan menggambarkan persiapan dan pengendalian yang baik dan menyangkut operasional sehari-hari maupun hubungannya dengan sumber daya manusia internal perusahaan untuk mencapai efisiensi. Keputusan adalah rangkaian tindakan yang diambil untuk menghindari kemungkinan dampak negatif timbul dari masalah.

Menurut Suwatno (2019:76) pengambilan keputusan dapat diidentifikasi berdasarkan beberapa jenis keputusan sebagai berikut.

1. Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi

Banyak pemimpin mengambil keputusan berdasarkan intuisi yang baik dia merasa. Keputusan tersebut bersifat subjektif karena lebih mengandalkan intuisi atau perasaan pemimpin. Keputusan ini memiliki kelemahan dengan adanya pengaruh pihak lain, sugesti-sugesti tertentu, dan faktor kejiwaan. Namun demikian, pengambilan keputusan jenis ini memiliki kelebihan sebagai berikut.

- a. Pengambilan keputusan oleh satu pihak memudahkan untuk memutuskan.
- b. Keputusan intuitif lebih tepat untuk masalah yang kemanusiaan.

2. Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan rasional

Keputusan ini mempertimbangkan aspek manfaat atau efektivitas keputusan yang diambil. Keputusan ini cocok digunakan untuk masalah yang membutuhkan pemecahan rasional sehingga sifat keputusannya lebih objektif.

3. Pengambilan keputusan berdasarkan fakta

Ada beberapa jenis pengambilan keputusan berdasarkan fakta. Jenis keputusan ini didasarkan pada pemahaman bahwa setiap keputusan yang diambil harus berdasarkan fakta saja sehingga intuisi diabaikan. Fakta juga terkait dengan ketersediaan sumber data dan informasi yang memadai. Data dan informasi tersebut diolah sedemikian rupa, kemudian disusun secara rapi dan sistematis sebagai dasar pengambilan keputusan.

4. Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman

Jenis pengambilan keputusan ini didasarkan pada pengalaman yang diperoleh di masa lalu. Kapan pengambilan keputusan, pemimpin akan didahulukan mempertimbangkan apakah keputusan tertentu pernah dibuat di masa lalu dan seperti apa konsekuensi dari keputusan itu. Peningkat seperti itu biasanya didukung oleh ketersediaan berbagai file pengambilan keputusan. Jika ternyata masalah ini telah terjadi sebelumnya, jadi pemimpin sesuaikan saja dengan kondisi saat ini.

5. Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang

Keputusan ini dibuat karena adanya wewenang (*authority*) yang terlampir. Jenis pengambilan keputusan ini adalah keputusan yang biasanya dilaksanakan oleh para pemimpin organisasi. Setiap orang yang menjadi pemimpin organisasi memiliki tugas dan kewenangan untuk mengambil keputusan dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Keputusan yang berdasarkan wewenang memiliki beberapa keunggulan. Keuntungan ini dijelaskan sebagai berikut.

- a. Banyak yang diterima oleh karyawan dengan level jabatan yang lebih tinggi rendah, memiliki otentisitas (otentik), dan berdasarkan wewenang resmi sehingga sifatnya lebih permanen.
- b. Keputusan berdasarkan wewenang saja akan mengarah pada sifat rutin dan dikaitkan dengan praktik diktator. Keputusan yang didasarkan pada wewenang seringkali mengabaikan masalah yang seharusnya diselesaikan sehingga masalah menjadi kabur atau kurang jelas.



### **2.1.6. Faktor-faktor yang Diperhatikan Dalam Pengambilan Keputusan**

Menurut Suarni dkk (2014) menyebutkan bahwa: faktor pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan Pelanggan, meliputi usia, Pendidikan Terakhir, pekerjaan dan berapa kali menggunakan jasa tersebut. Orang akan mengambil atau tidak akan disesuaikan dengan keadaan yang terus berubah. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk berlangganan.

Pengambilan keputusan tidak hanya dilakukan oleh manajer puncak, tetapi juga oleh manajer menengah dan manajer tingkat bawah. Jenis-jenis pengambilan keputusan sesuai dengan kondisi dan situasi yang berbeda-beda. Salah satu klasifikasi keputusan yang digunakan adalah apakah pengambilan keputusan yang tidak terprogram memerlukan aspek tambahan dalam penyelesaiannya, seperti kreativitas, intuisi, dan penilaian. Setiap keputusan yang tidak terprogram selalu dihadapkan pada kondisi ketidakpastian dan faktor lainnya.

Faktor-faktor yang diperhatikan dalam pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Keadaan internal Organisasi

Meliputi: dana yang tersedia, kemampuan karyawan, kelengkapan karyawan, dan struktur organisasi.

2. Tersedianya Informasi yang Dibutuhkan

Keputusannya adalah untuk menyelesaikan masalah. Terkadang masalahnya sama, tetapi situasinya berbeda. Oleh karena itu keputusan yang diambil juga berbeda. Untuk mengetahui penyebab masalah tersebut diperlukan informasi.

### 3. Keadaan Eksternal Organisasi

Keadaan organisasi tidak akan pernah lepas dari lingkungan, baik berupa konsumen, pesaing, peraturan pemerintah, kondisi ekonomi, dan lain-lain.

#### 2.1.7. Indikator Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler (2012) memberikan pernyataan terkait dengan Indikator yaitu, menelusuri keputusan sebenarnya dalam mengenai langkah pengambilan keputusan sebagai berikut :

##### 1. Kemantapan pada sebuah perusahaan

Pada saat melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif. Pilihan yang ada didasarkan pada mutu, kualitas dan faktor lain yang memberikan kemantapan bagi konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan. Kualitas produk yang baik akan membangun semangat konsumen sehingga menjadi penunjang kepuasan konsumen.

##### 2. Kebiasaan dalam berlanggan di sebuah perusahaan

Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama. Ketika konsumen telah melakukan keputusan pembelian dan mereka merasa produk sudah melekat dibenaknya bahkan manfaat produk sudah dirasakan. Konsumen akan merasa tidak nyaman jika membeli produk lain.

##### 3. Kecepatan dalam memberikan layanan kepada konsumen

Konsumen sering mengambil sebuah keputusan dengan menggunakan aturan (*heuristik*) pilihan yang sederhana. *Heuristik* adalah sebuah proses proses yang dilakukan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan secara cepat, menggunakan sebuah pedoman umum dalam sebagian informasi saja.

#### 2.2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) Pelayanan adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud

dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan . Kualitas pelayanan dapat diartikan bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. (Kotler,2019).

Tjiptono (2016:125) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dari beberapa pengertian diatas Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang sebenarnya mereka terima/peroleh dengan persepsi mereka terhadap atribut pelayanan perusahaan atas pelayanan yang sebenarnya mereka harapkan/inginkan. Hubungan antara produsen dan konsumen meluas jauh melampaui waktu pembelian, meluas ke layanan purna jual, dan berlanjut di luar siklus hidup produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja dan harus dilayani dengan baik, mengingat konsumen tersebut akan memberikan keuntungan bagi perusahaan agar dapat terus hidup.

### 2.2.1. Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus dapat memberikan kepuasan yang maksimal. Oleh karena itu, untuk memberikan suatu pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan harus terarah. Secara umum tujuan memberikan pelayanan adalah untuk membuat konsumen puas, dan dampaknya bagi perusahaan adalah keuntungan yang sebesar-besarnya.

Untuk bisnis *online*, kualitas pelayanannya berbeda dengan toko *offline* di gerai. Barang yang diperjual belikan tidak dapat langsung dihubungi, sehingga diperlukan pelayanan yang baik, yang dapat memunculkan tingkat kepercayaan yang tinggi. Barang-barang yang dipajang dan foto-fotonya diambil dengan kamera beresolusi tinggi, sehingga efeknya memuaskan. Pembeli akan tertarik karena detail produk jelas, dan deskripsi produk jelas, termasuk harga, ukuran, jumlah, dan semua informasi yang dapat meyakinkan pembeli.

### 2.2.2. Indikator Konsep Pengukuran Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017 : 159) Mengemukakan indikator – indikator kualitas Pelayanan sebagai berikut :

- a. Reliabilitas (*Reability* ) Meliputi sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*) keinginan untuk memberikan pelayanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dapat dimiliki oleh staf.
- d. Empati (*Empathy*) meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan orang lain
- e. Bukti Fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, penampilan personel, dan sarana komunikasi.

### **2.3. Kepuasan Pelanggan**

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Kepuasan Pelanggan Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya (Kotler 2017).

Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan terhadap kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut Kotler & Armstrong (2012), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan.

#### **2.3.1. Indikator kepuasan pelanggan**

Menurut Lupiyoadi (2018), mengidentifikasi indikator konsep pengukuran kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kepuasan terhadap Jasa Antar  
Jasa antar akan dikatakan berkualitas bagi seseorang jika jasa antar tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau sesuai dengan keinginannya. Jasa yang sesuai dengan keinginan inilah yang akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menggunakannya.

- b. Kepuasan terhadap Harga  
Suatu perusahaan yang harga lebih murah akan mendapatkan nilai lebih tinggi dari pesaing yang jasa antar nya sama tetapi harganya lebih mahal.
- c. Kepuasan terhadap Pelayanan  
Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan dan rasa nyaman kepada setiap pelanggan yang datang
- d. Kepuasan dalam Kemudahan Pengiriman dan penerimaan Barang  
Tingkat kenyamanan serta efisiensi dalam kemudahan pengiriman dan penerimaan barang yang akan menjadi salah satu hal yang sangat dipertimbangkan oleh pelanggan.

Menurut Tjiptono (2017 : 278), ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan bakal cenderung diam bila puas
2. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal
3. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
4. pesaing, kurang sensitif pada harga
5. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan
6. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.

#### 2.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kaitan dengan masalah dalam penelitian ini akan dipaparkan berikut ini. Penelitian-penelitian tersebut juga akan digunakan seagai bahan referensi untuk memahami variable dalam penelitian ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Metode	Kesimpulan	Persamaan dan Perbedaan
1	Rohmah, (2018)	Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan	analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tentang pembiayaan murabahah berpengaruh sebesar 32,5% terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel X yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, variabel Y yaitu

		Pelanggan Murabahah Pada Anggota BMT Buana Mulur	n SPSS	BMT Buana Sukoharjo. Promosi berpengaruh sebesar 31,6% terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Buana Sukoharjo.  Kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 24,9% terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Buana Sukoharjo.	keputusan pembiayaan  Perbedaanya : Tempat, waktu dan lokasi penelitian
2	Wahyuningsih (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah di BMT MADANI )”	analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan n SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan murabahah sebesar 36,3%, terdapat pengaruh positif brand image terhadap keputusan anggota dan juga dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.	Persamaan : variabel Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan  Perbedaanya : Tempat, waktu dan lokasi penelitian.
3.	Padya wati dan Shanda, (2016)	Kepuasan konsumen sebagai mediasi pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan harga terhadap konsumen	Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan n SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen brand image berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dan harga Berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan Konsumen.	Persamaan : variabel Kepuasan konsumen dan Pengaruh kualitas pelayanan.  Perbedaannya tempat,waktu dan lokasi penelitian
4.	Andesra, (2016)	Peran kualitas	Analisis deskriptif	Hasil penelitian ini kualitas pelayanan	Persamaan : variabel

		pelayanan dalam Mebangun kepercayaan dan loyalitas nasabah bank syariah mandiri cabang simpang empat.	dengan menggunakan SPSS	yang diberikan Bank Syariah Mandiri memberi pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan.	Kualitas Pelayanan  Perbedaannya : tempat,waktu dan lokasi penelitian
5.	Ghanimata dan kamal (2013)	Analisis pengaruh Harga kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.	Analisis Regesi Berganda dengan menggunakan SPSS	Harga, Kualitas Produk dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan	Persamaan : variabel Keputusan Pelanggan  Perbedaannya : tempat,waktu dan lokasi penelitian

Sumber : Data Diolah (2022)

## 2.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menjelaskan keterkaitan antara variabel dependen dengan variabel independen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dimana dari kedua variabel ini mempengaruhi variabel dependen yaitu Pengambilan Keputusan pelanggan. Adapun hubungan keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### 2.5.1. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Pengambilan Keputusan Pelanggan

Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu akan melakukan proses evaluasi alternatif dimana konsumen akan membandingkan beberapa pilihan yang didapatkan sebagai cara yang baik untuk menentukan keputusan. Ketika proses membandingkan pilihan ini konsumen akan



membentuk suatu keyakinan, sikap, dan tujuan mengenai alternatif yang dipertimbangkan. Setelah melakukan evaluasi selanjutnya konsumen akan melakukan proses pilihan konsumen yaitu membuat pilihan. Sehingga keputusan pembelian sangat penting untuk diketahui, karena dengan mengetahui bagaimana dinamika keputusan pembelian maka pelaku usaha dapat membuat strategi yang lebih efektif salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di J&T tersebut agar minat dari pelanggan akan meningkat untuk menggunakan jasanya. Adanya tuntutan Pelanggan yang sangat tinggi terhadap kualitas pelayanan . Sebagian Pelanggan memutuskan untuk kembali berkunjung ke J&T *Express* salah satunya ditentukan oleh kualitas pelayanan yang baik terhadap Pelanggan karena jika semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin besar pula kemungkinan untuk mengambil keputusan menjadi pelanggan setia di J&T *Express* tersebut. (Kotler, 2012).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meliana (2013) yang mana penelitian ini menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pelanggan pada J&T *Express* salah satunya Kualitas Pelayanan yang baik karena semakin besar kualitas pelayanan maka semakin besar pula kemungkinan untuk mengambil keputusan di J&T *Express*.

### **2.5.2. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan**

Menurut Andela Dkk (2020) Kepuasan Konsumen memiliki hubungan sangat erat dengan pengambilan keputusan dikarenakan sikap dan pertimbangan tertentu untuk mengambil keputusan, yaitu kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, seperti atribut yang terkandung dalam produk tersebut. Seperti

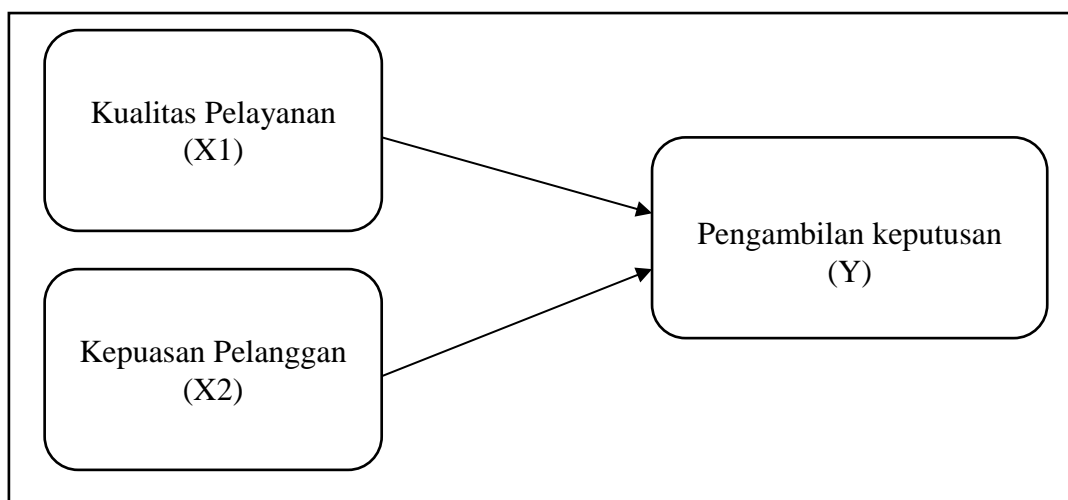
yang Terdapat beberapa atribut produk pada pisang yaitu variasi rasa, harga, ukuran, tanggal kadaluarsa, kemasan, tekstur dan atribut tempat yaitu lokasi, area parkir, kebersihan tempat dan kenyamanan tempat. Pihak Toko juga dituntut untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan berdasarkan sikap yang mereka lakukan berdasarkan atribut pisang. Mereka akan melakukan proses pengambilan keputusan pembelian yang berulang pada produk tersebut, karena konsumen merasa puas terhadap produk yang telah dikonsumsinya.

### **2.5.3. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan**

Berdasarkan Uraian diatas secara umum didapatkan bahwa Pengambilan keputusan berpengaruh positif dan signifikan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan atau dengan kata lain bahwa Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan Pengaruh yang dapat meningkatkan Pengambilan Keputusan secara nyata di *J&T Express*. Pengaruh tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan semakin besar pula kemungkinan dalam mengambil keputusan menjadi pelanggan di *J&T Express* Trumon.

Selain dari pada itu kepuasan dapat dicapai apabila pelayanan atau hasil yang diperoleh sekurang-kurangnya harus sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen. Di era persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting. Pelanggan itu seperti raja yang harus dilayani, tapi bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan harus dilakukan dalam situasi win-win, yaitu kedua belah pihak merasa telah menang dan tidak ada yang dirugikan.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan pelanggan secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



Skema 2.1 Kerangka Pemikiran

## 2.6. Hipotesis Penelitian

Hasil suatu penelitian pada hakikatnya adalah suatu jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan didalam perencanaan penelitian. Untuk mengarahkan kepada hasil penelitian ini dalam perencanaan penelitian perlu dirumuskan jawaban sementara dari penelitian ini. Jawaban sementara dari suatu penelitian ini biasanya disebut hipotesis. Jadi hipotesis didalam suatu penelitian berarti jawaban sementara penelitian, patokan juga, atau bukti sementara yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut. Melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dapat benar atau salah, dapat diterima atau ditolak.

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Pengambilan keputusan pelanggan
- H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pelanggan
- H3 : Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan Secara Bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pelanggan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Silaen (2018:23) mengungkapkan “desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”. Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan tujuan penelitian yaitu menggunakan desain penelitian eksplanatori.

Definisi Desain dari penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan data dan analisa data saja, (Nazir, 2013) Dalam pengertian yang lebih luas, desain penelitian mencakup proses-proses berikut menurut Nazir (2013) :

1. Tujuan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif merupakan “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan kuesioner, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk Menguji kualitas Pelayanan dan kepuasan Pelanggan yang mempengaruhi terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan Pada J&T *Express* Trumon.

2. Jenis Investigasi

Penelitian ini menerapkan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada sampel yang telah ditentukan, pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan

untuk menguji hipotesis yang diterapkan (Sugiyono, 2017). Adapun variabel yang diteliti terdiri dari pelanggan yang melakukan pengiriman barang di *J&T Express Trumon*.

### 3. *Setting* penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan (Sugiyono, 2017). Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Ladang Rimba Kecamatan Trumon Tengah dengan lokasi penelitian pada kantor jasa pengiriman darat *J&T Express Trumon*.

### 4. Tingkat keterlibatan

Penelitian adalah sejauh mana peneliti terlibat dalam melakukan penelitian (Sugiyono, 2017). Peneliti terjun langsung dalam melakukan penelitian dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan yang melakukan pengiriman barang di *J&T Express Trumon*.

### 5. Unit Analisis

Unit Analisis merupakan agregasi data yang dianalisis dalam penelitian. Unit analisis yang ditentukan berdasarkan pada rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, merupakan elemen yang penting dalam desain penelitian karena mempengaruhi proses pemilihan, pengumpulan, pengolahan dan analisis data (Sugiyono, 2017). Unit analisis data dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang melakukan pengiriman barang di *J&T Express Trumon*

### 6. Horison waktu

Data penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *cross-sectional*. Penelitian *cross-sectional* adalah suatu penelitian untuk mempelajari

dinamika korelasi antara faktor-faktor risiko dengan efek, dengan cara pendekatan, observasional, atau pengumpulan data. Penelitian *cross-sectional* hanya mengobservasi sekali saja dan pengukuran dilakukan terhadap variabel subjek pada saat penelitian tergantung pada karakteristik masalah penelitian yang akan dijawab (Sugiyono, 2017). Adapun waktu penelitian dilakukan selama 2 Minggu.

Penelitian ini mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan pelanggan Pada J&T *Express* Trumon. Data yang diambil dari penelitian ini berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pengambilan keputusan pelanggan.

## **3.2. Populasi Dan Sampel**

### **3.2.1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2011:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pengiriman barang di J&T *Express* Trumon dalam jangka 2 (Dua) Minggu.

### **3.2.2. Sampel**

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono : 2017:81), sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat

mewakili populasi pada penelitian. Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap pelanggan secara kebetulan di *J&T Express Trumon*. Menurut (Sugiyono:2017:124). *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah Teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah 50 orang responden.

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan adalah data primer. Dimana data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro dan Supomo ,2012:27). Sumber Data pada penelitian ini di dapati dari hasil kuesioner dengan mendatangi secara langsung Pelanggan *J&T Express Trumon* dan memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan terstruktur yang ditujukan kepada responden.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. (Indriantoro dan Supomo, 2012:29) Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden,yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Metode ini akan digunakan peneliti untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan *J&T Express Trumon*.



Agar lebih efisien mendapatkan data dari responden maka peneliti menggunakan metode kuesioner. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts)” (Sugiyono,2017)

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional variabel	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X1) Sumber: Tjipton (2017 : 159)	Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal yang disediakan oleh perusahaan pembeli pelayanan yang dimaksud dalam memecahkan masalah pelanggan.	a. Reliabilitas b. Daya tanggap c. Jaminan d. Empati e. Bukti fisik	Likert
Kepuasan pelanggan (X2) Sumber: Lupiyoandi (2018:45)	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.	a. Kepuasan terhadap jasa antar b. Kepuasan terhadap harga c. Kepuasan terhadap pelayanan d. Kepuasan dalam kemudahan pengiriman dan penerimaan barang	Likert
Pengambilan keputusan pelanggan (Y) Sumber: Kotler (2012)	mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai tindakan menentukan suatu pendapat atau langkah-langkah Tindakan.	a. Kemantapan pada sebuah perusahaan b. Kebiasaan dalam berlangganan di perusahaan c. Kecepatan dalam melayani konsumen.	Likert

### **3.6. Model Analisis Data**

Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan pada *J&T Express Trumon*, maka terlebih dulu digunakan formulasi untuk mencari hubungan antara variabel *independen* dibagi menjadi sistem kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2), dengan pengambilan keputusan pelanggan (Y) yakni melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pengambilan keputusan Pelanggan Pada *J&T Express Trumon*, dengan menggunakan Uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis Regresi Linier Berganda. yang akan diolah dengan menggunakan SPSS dengan penjelasan sebagai berikut:

#### **3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **1. Uji Validitas**

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen atau alat ukur dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item, uji validitas item ditunjukkan dengan mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item, dari hasil perhitungan korelasi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item apakah suatu item layak atau tidak untuk digunakan (Priyatno, 2015:43).

Dalam pengujian ini validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson (Product Momen Pearson)*. Menurut Priyatno (2015:43) analisa *Bivariate Pearson* dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total, item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan bahwa item tersebut mampu memberikan dukungan

dalam mengungkapkan apa yang akan diungkapkan. Koefisien korelasi item total *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan rumus berikut:

Dimana  $r$  = koefisien korelasi item total (*Bivariate Pearson*);  $X$  = skor item;  $Y$  = skor total;  $n$  = banyaknya subjek atau responden.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05 dengan kriteria pengujian :

- Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel ( uji 2 sisi dengan sign 0,05 ) maka instrumen atau pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid dan dapat digunakan.
- Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel ( uji 2 sisi dengan sign 0,05 ) maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid sehingga harus dikeluarkan atau diperbaiki untuk diperiksa kembali sehingga dapat digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu alat ukur, apakah suatu alat ukur dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran dilakukan berulang-ulang (Priyatno, 2015:44). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik dimana suatu Uji dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama bila di ujikan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda (Matondang, 2014:62).

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Priyatno (2015:44) metode ini selalu

digunakan dalam penelitian dan sangat cocok untuk skor yang berbentuk skala (misalnya 1-4; 1-5) dan skor rentang (misal 0-20; 0-50). Adapun rumus reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_b^2}{s_i^2} \right]$$

Dimana : r = reliabilitas instrumen; k = banyaknya butir pertanyaan;  $\sum S_b^2$  = jumlah varian butir;  $s_i^2$  = varian total.

Untuk pengujian reliabilitas biasanya menggunakan batasan tertentu, (Menurut Priyatno, 2015:48) reliabilitas < 0,6 adalah kurang baik, reliabilitas  $\geq$  0,7 dapat diterima sedangkan reliabilitas > 0,8 baik.

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian uji asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Ada beberapa penyimpangan asumsi klasik yang dapat terjadi dalam penggunaan model regresi, yaitu multikoleniaritas, heteroskedastisitas, untuk lebih jelas sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:26). (Menurut Santoso. S (2012:28) metode yang digunakan adalah pengujian secara visual dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS versi 25 yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki residual distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan garis diagonal.

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso. S, 2012:28).

## **2. Uji Multikoleniaritas**

Merupakan suatu keadaan dimana satu/lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel lainnya. Hubungan yang terjadi bisa sempurna, bisa juga tidak sempurna. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat  $R^2$  yang tinggi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi kolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadikan variabel terikat dan diregres terhadap variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak

dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi dan jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Lebih kecil atau di bawah 10 dan Nilai Tolerance lebih besar atau diatas 0,1 maka tidak terjadi yang namanya Multikolinieritas (Ghozali. 2011:12).

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah faktor-faktor pengganggu mempunyai variasi yang sama atau tidak seluruh observasi. Heteroskedastisitas berarti variasi variabel dalam model tidak sama (konstan). Konsekuensinya adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksir (estimator) yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun sampel besar, walaupun penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya dan bertambahnya sampel yang digunakan akan mendekati nilai sebenarnya (konsisten). Ini disebabkan oleh variasi-nya yang tidak minimum (tidak efisien) (Algifari, 2015:19).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedstisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Model regresi yang baik merupakan tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode uji glejser. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu menganalisis nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedasitas apabila nilai

signifikansinya  $> 0,05$ . Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai significansinya  $< 0,05$ .

### 3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Persamaan linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel dependen (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan) dan variabel independen (Pengambilan Keputusan pelanggan) Analisis ini digunakan menurut Husaini Dkk (2012 : 242) adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Pengambilan Keputusan pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

e = error

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi yang akan dihitung

## 3.7. Uji Hipotesis

### 3.7.1. Uji-t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:46). Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan dari variabel independen dalam pengaruh variabel dependen. Alasan uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi

pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai  $t$  hitung masing-masing koefisien regresi dengan  $t$  tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan untuk menilai hasil hipotesis yang digunakan ialah tingkat signifikansi, dengan kriteria sebagai berikut:

- Bila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau probabilitas  $<$  tingkat signifikansi (Sig  $<$  0,05), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Bila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau probabilitas  $>$  tingkat signifikansi (Sig  $>$  0,05), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

### 3.7.2. Uji F (Uji simultan)

Menurut Santoso (2012) uji F adalah suatu cara pengujian hipotesis nol yang melibatkan lebih dari satu koefisien, cara bekerjanya adalah dengan menentukan apakah kecocokan (*the overall fit*) dari sebuah persamaan regresi berkurang secara signifikan dengan membatasi persamaan tersebut untuk penyesuaian diri terhadap hipotesis nol.

Untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai  $F$  hitung dengan nilai  $F$  tabel dengan cara sebagai berikut:

1. Menghitung  $F$  hitung yang didapatkan melalui kolom  $F$  pada tabel anova yang didapatkan dari output program SPSS 25.
2. Menghitung nilai  $F$  tabel dengan taraf signifikansi tertentu menggunakan kriteria hipotesis sebagai berikut:
  - a. Jika  $F$  hitung  $\geq$  nilai  $F$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - b. Jika  $F$  hitung  $\leq$  nilai  $F$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak



Untuk menentukan nilai F tabel digunakan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) = pembilang (k) dan penyebut (n-k-1), dimana n adalah jumlah observasi atau sampel dan k adalah jumlah variabel independen.

### 3.7.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai  $R^2$  kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Tambahan satu variabel independen maka  $R^2$  pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

*Adjusted R<sup>2</sup>* digunakan saat mengevaluasi memilih model regresi terbaik, karena nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke model regresi (Ghozali, 2018). Kenyataannya *adjusted R<sup>2</sup>* dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki bernilai positif (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018), nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam artian, apabila suatu nilai koefisien determinasi bisa dikatakan

“Baik” jika ia berada di atas angka 0,5. Sebaliknya apabila suatu nilai koefisien determinasi dikatakan “Tidak Baik” jika di bawah angka 0,5.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1 Profil J&T *Express*

Pada tanggal 20 Agustus 2015 secara resmi PT. Global Jet *Express* didirikan sekaligus meresmikan kantor pusatnya di pluit, Jakarta Utara. Meskipun perusahaan ini adalah perusahaan baru dibidang jasa pengiriman barang dan ekspedisi, namun J&T *Express* optimis akan menjadi jasa unggulan dan menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia Hadirnya J&T *Express* sebagai perusahaan baru di Indonesia telah berkomitmen siap melayani kebutuhan publik. J&T *Express* siap melayani Indonesia untuk pelayanan pengiriman cepat, nyaman dan terpercaya. Inovasi berbasis teknologi menjadi unggulannya. Kemudian, J&T *Express* memberikan pelayanan premium dengan harga murah dengan kualitas premium. J&T *Express* mulai beroperasi pada bulan september tahun 2015, dimana saat itu sudah memiliki 1.025 cabang di Indonesia, sepuluh ribu Sprinter (kurir), dan 1.000 unit mobil di seluruh Indonesia. J&T *Express* mampu menjangkau seluruh areal di Indonesia. Hal ini disebabkan pengaruh besar dari sisi kreatifitas dari mantan CEO Oppo. Indonesia yang merupakan founder J&T *Express* bernama Mr. Jet Lee dan CEO Oppo Internasional Mr. Tony Chen.

Prestasi yang berhasil diraih bisa dibilang sangat baik mengingat sejarah J&T *Express* sendiri tidak begitu panjang. Hal ini dikarenakan founder J&T *Express*, Jet Lee yang telah membangun jaringan Oppo Indonesia selama tiga

tahun sebelumnya. Maka, ketika *J&T Express* berdiri dan mulai beroperasi, mereka tidak harus memulainya dari nol karena sudah memiliki jalur-jalur distribusi di Indonesia.

Selain Jet Lee sebagai founder sekaligus CEO pertama *J&T Express*, terdapat satu tokoh lagi yang sangat berpengaruh. Namanya adalah Robin Lo yang berperan sebagai managing director atau tangan kanan langsung dari sang CEO saat *J&T Express* berdiri. Berkat strategi Robin yang ekspansif, dalam waktu singkat *J&T Express* mulai dikenal masyarakat luas dan menjadi penantang serius bagi perusahaan logistik yang sudah eksis puluhan tahun. Pada Oktober 2017, Robin diangkat sebagai pimpinan perusahaan (CEO) dari *J&T Express*.

Objek dalam penelitian ini merupakan *J&T Express* yang ada di Trumon. Populasi penelitian ini berjumlah Seluruh Pelanggan Yang Berkunjung di *J&T Express* Trumon selama dua minggu yaitu tanggal 01 Agustus s/d 12 Agustus 2022, Proses pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental sampling*, yang mana sampelnya di ambil dengan menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap pelanggan yang bertemu secara kebetulan di *J&T Express* Trumon dalam jangka satu bulan yang berjumlah 50 Responden .

**Tabel 4.1**

Jumlah Kunjungan Di Kantor *J&T Express* Trumon Bulan Agustus Tahun 2022

No	TANGGAL	HARI	JUMLAH RESPONDEN
1	1	Senin	4 Orang
2	2	Selasa	6 Orang
3	3	Rabu	4 Orang
4	4	Kamis	6 Orang
5	5	Jumat	5 Orang
6	8	Senin	5 Orang
7	9	Selasa	6 Orang

8	10	Rabu	4 Orang
9	11	Kamis	5 Orang
10	12	Jumat	5 Orang
Jumlah			50 Orang

Sumber : Tabulasi Kuesioner tahun 2022

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan keputusan Pelanggan. Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *independent* yang mempengaruhi variabel *dependent*, dan Pengambilan Keputusan sebagai variabel *dependent* yang dipengaruhi. Hasil penelitian ini dilakukan menggunakan pengolahan data SPSS Versi 25.

#### 4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa pengiriman J&T *Express* Trumon sebanyak 50 orang. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Karakter Responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir, Pekerjaan dan Jumlah berapa kali menggunakan jasa pengiriman J&T *Express* Trumon,

##### a. Karakteristik Responden Menurut jenis Kelamin

Responden Menurut kelompok jenis kelamin pelanggan jasa pengiriman J&T *Express* Trumon adalah seperti pada table berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki- laki	21	42
2.	Perempuan	29	58
	Jumlah	50	100

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki 21 orang dengan persentase (42 %) dan perempuan 29 orang dengan persentase (58%). Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jasa pengiriman J&T *Express* Trumon lebih dominan perempuan yaitu sebanyak 29 orang dengan nilai persentase (58 %).

b. Karakteristik Responden menurut Usia

Responden Menurut kelompok usia pelanggan jasa pengiriman J&T *Express* Trumon adalah seperti pada table berikut:

Tabel 4.3 Karakter Responden Menurut kelompok usia

No.	Kelompok usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 20 tahun	14	28
2.	21 - 30 tahun	26	52
3.	31 – 40 tahun	10	20
Jumlah		50	100%

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden berdasarkan kelompok usia dengan usia dibawah 20 tahun sebanyak 14 orang (28%) usia 21-30 tahun sebanyak 26 orang (52%), dengan usia 31-40 tahun sebanyak 10 orang (20%) dan hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jasa pengiriman J&T *Express* Trumon lebih dominan pelanggan yang berusia 21 - 30 tahun dengan persentase 52 % dari total responden.

c. Karakteristik Responden menurut Pendidikan Terakhir

Responden Menurut kelompok Pendidikan Terakhir pelanggan jasa pengiriman J&T *Express* Trumon adalah seperti pada table berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut pendidikan Terakhir

No.	Kelompok Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SD	-	-
2.	SMP	2	4
3.	SMA	25	50
4.	Sarjana/ diploma	23	46
Jumlah		50	100

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berdasarkan kelompok Pendidikan Terakhir, dengan SMP dengan jumlah responden 2 orang (4%) SMA dengan jumlah responden 25 orang (50%) dan sarjana/ diploman dengan jumlah responden 23 orang (46%) . hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jasa pengiriman J&T *Express* Trumon lebih dominan dengan Pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 25 Responden dengan persentase 50% dari total responden.

#### d. Karakteristik Responden menurut Pekerjaan

Responden Menurut Pekerjaan pelanggan jasa pengiriman J&T *Express*

Trumon adalah seperti pada table berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar/ Mahasiswa	25	50
2.	Pegawai Negeri/ TNI-POLRI	13	26
3.	Pegawai Swasta	7	14
4.	Wiraswasta	5	10
5.	Lainnya	-	-
Jumlah		50	100

Sumber : Hasil olahan kuesioner 2022

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden berdasarkan Pekerjaan , Pelajar/ mahasiswa sebanyak 25 orang (50%) Pegawai Negeri/

TNI-POLRI sebanyak 13 orang (26%), dengan Pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 7 orang (14%), Wiraswasta sebanyak 5 orang (10%) hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan dari jasa pengiriman J&T *Express* Trumon lebih dominan pelanggan dengan pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa dengan jumlah Responden 25 orang persentase 50% dari total responden.

### **4.3. Analisis Data dan Pembahasan**

#### **4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **4.3.1.1. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu uji kebenaran yang dilakukan oleh seseorang dalam penelitiannya yang bertujuan untuk membuktikan apakah data yang telah didapatkan valid atau tidak. uji validitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah: apabila  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  dengan  $df = n-2$ , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid. Apabila  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  dengan  $df = n-2$ , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid. Dalam kasus ini  $df = 50$  dengan  $\alpha 0.05$  didapat  $r\text{-tabel} 0,279$ , jika  $r\text{-hitung}$  (untuk tiap-tiap pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*) lebih besar dari  $r\text{-tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS ver.25. dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Pengambilan Keputusan dengan 6 item pertanyaan adalah sebagai berikut:



**Tabel 4.6.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel (Y)**

Item pertanyaan	Rhitung	rtabel	Keterangan
Y1	0,610	0.279	Valid
Y2	0,771	0.279	Valid
Y3	0,718	0.279	Valid
Y4	0,558	0.279	Valid
Y5	0,731	0,279	Valid
Y6	0,847	0,279	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel (Y) memiliki status valid, karena nilai  $r$  (*Corrected Item-Total Correlation*) > rtabel rata-rata sebesar 0,706

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel X1 intern dengan 10 item pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel (X<sub>1</sub>)**

Item pertanyaan	Rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0,719	0.279	Valid
X1.2	0,644	0.279	Valid
X1.3	0,557	0.279	Valid
X1.4	0,620	0.279	Valid
X1.5	0,786	0.279	Valid
X1.6	0,784	0.279	Valid
X1.7	0,398	0.279	Valid
X1.8	0,745	0.279	Valid
X1.9	0,868	0.279	Valid
X1.10	0,684	0.279	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel (X<sub>1</sub>) memiliki status valid, karena nilai  $r$  (*Corrected Item-Total Correlation*) > rtabel rata-rata sebesar 0,68

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel X<sub>2</sub> dengan 8 item pertanyaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel (X<sub>2</sub>)**

Item pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,615	0.279	Valid
X2.2	0,516	0.279	Valid
X2.3	0,601	0.279	Valid
X2.4	0,669	0.279	Valid
X2.5	0,630	0.279	Valid
X2.6	0,731	0.279	Valid
X2.7	0,612	0.279	Valid
X2.8	0,752	0.279	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel (X<sub>2</sub>) memiliki status valid, karena nilai *r* (*Corrected Item-Total Correlation*) > rtabel rata-rata sebesar 0,641

#### 4.3.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari nilai pada r-tabel. Pengujian reabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS ver. 25. dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Instrumen Reabilitas**

N0	Item Pertanyaan	N Of Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Y	6	0,805	Baik
2	X <sub>1</sub>	10	0,904	Baik
3	X <sub>2</sub>	8	0,874	Baik

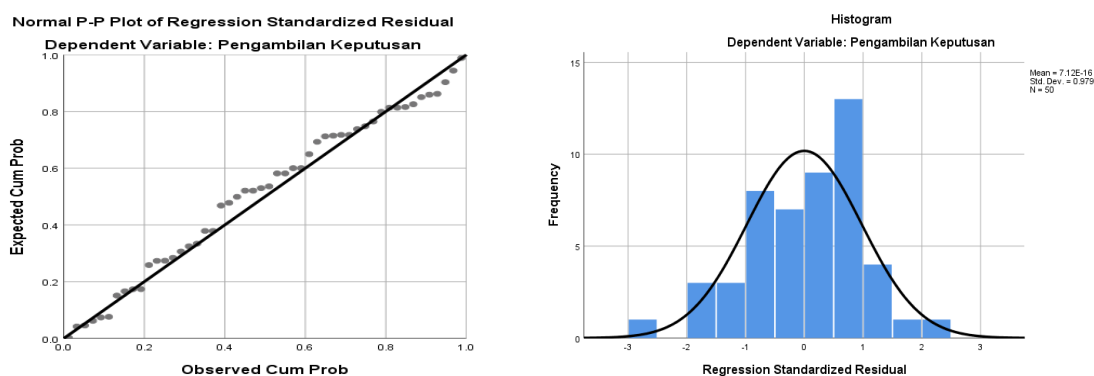
Sumber: Data primer (diolah, 2022)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *Cronbach's* alpha dari item pertanyaan memiliki nilai diatas 0,80 dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap item pertanyaan tersebut memiliki reabilitas baik.

#### 4.3.2. Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.2.1 Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan garis diagonal.



**Gambar 4.1. Grafik Normal P-P Plot Standardized Residual Dan Histogram**

Dalam grafik normalitas plot terlihat data mengumpul di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal dan pada grafik Histogram garis melengkung dengan sempurna, maka dapat disimpulkan variabel memiliki data yang terdistribusi normal. Hal ini mengindikasikan bahwa penelitian ini layak menggunakan uji parametrik, seperti: uji t dan uji F dalam pembahasannya.

#### 4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi (keterkaitan) yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas/independen. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) Jika nilai tolerance value  $> 0,1$  dan  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan pengujian uji asumsi multikolinieritas dengan SPSS-25, didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Output Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.928	3.107		.299	.766		
	Kualitas Pelayanan	.448	.049	.780	9.197	.000	.981	1.020
	Kepuasan Pelanggan	.158	.085	.157	1.856	.070	.981	1.020

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Data primer (diolah, 2022)

Tabel 4.10. diatas dapat dilihat hasil bahwa secara keseluruhan variabel yang diteliti variabel bebas

- X1 (Kualitas Pelayanan), memiliki nilai Tolerance  $0,981 > 0,1$  sedangkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $1,020 < 10$ .
- X2 (Kepuasan Pelanggan), memiliki nilai memiliki nilai Tolerance  $0,981 > 0,1$  sedangkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $1,020 < 10$ .

Dari penjelasan diatas dapat dilihat hasil bahwa secara keseluruhan Variable yang diteliti Variable bebas X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Kepuasan Pelanggan) memiliki nilai VIF  $< 10$ , dan Tolerance  $> 0,1$  . Bila nilai VIF

(*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10 dan Nilai *Tolerance* di atas 0,1 maka diindikasikan model tersebut tidak memiliki gejala Multikolinieritas.

#### 4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menjelaskan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain berbeda. Sedangkan terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Model regresi yang baik merupakan tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode uji glejser. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu menganalisis nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$ . Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $< 0,05$ .

**Tabel 4.11**  
**Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.420	1.384		1.026	.310
	Kualitas Pelayanan	-.004	.031	-.018	-.116	.908
	Kepuasan Pelanggan	-.002	.040	-.009	-.057	.955

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: output SPSS, Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil Uji gleser pada table 4.11 menunjukkan bahwa signifikansi dari variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,908 atau  $0,908 > 0,05$ . Begitu juga dengan signifikansi dari variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,955 atau  $0,955 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwasanya

tidak terjadi gejala Heterokedastisitas karena nilai signifikansi nilai variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,05.

### 4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menganalisis pengaruh  $X_1$  (Kualitas Pelayanan),  $X_2$  (Kepuasan Pelanggan) terhadap Variabel Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y) .

Hasil persamaan regresi dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Output Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.884	2.149	
	Kualitas Pelayan	.414	.049	.735
	Kepuasan Pelanggan	.148	.062	.208

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 4.12 diperoleh hasil regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 2.884 + 0,414 X_1 + 0,148 X_2 + e$$

Pembahasan model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Dari hasil persamaan tersebut diperoleh nilai konstanta yaitu 2,884 hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai masing-masing  $X_1$  dan  $X_2$  maka (Y) akan bernilai (2,884).
- Besarnya nilai koefisien  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) adalah 0.414 yang berarti setiap peningkatan Kualitas Pelayanan satu satuan, maka akan menyebabkan peningkatan Pengambilan Keputusan Pelanggan sebesar 0,414 persen dengan asumsi faktor lain dianggap tetap atau konstan. Jadi

apabila Kualitas Pelayanan meningkat maka Pengambilan keputusan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.414 persen.

- c. Besarnya nilai koefisien  $X_2$  (Kepuasan Pelanggan) adalah 0.148 yang berarti setiap peningkatan Kepuasan Pelanggan satu satuan, maka akan menyebabkan peningkatan Pengambilan Keputusan Pelanggan sebesar 0.148 % dengan asumsi faktor lain dianggap tetap atau konstan. Jadi apabila Kepuasan Pelanggan meningkat maka Pengambilan Keputusan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.148 % .

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

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap variabel Pengambilan Keputusan Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS, maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13  
Output Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 <sup>a</sup>	.689	.676	1.633
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayan				
b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan				

Sumber: output SPSS , Data diolah 2022

Tabel 4.13, Menurut Hair Dkk (2011) : Nilai Adjusted R Square lebih cocok untuk mengetahui bagaimana Variabel independent menjelaskan dependent, jika peneliti menggunakan lebih dari 2 variabel independent. berdasarkan table diatas menunjukkan hasil bahwa koefisien determinasi variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  yang diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,676 atau

sebesar 67,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengambilan keputusan yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah sebesar 67,6%. Sedangkan sisanya sebesar 32,4 % dijelaskan oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini seperti variable Loyalitas Pelanggan, harga, Kepercayaan Konsumen dan lain-lain.

#### 4.3.5. Uji Statistik (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial atau secara individu antara  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) dan  $X_2$  (Kepuasan Pelanggan) terhadap variabel Y (pengambilan keputusan). Hasil uji t menunjukkan:

Tabel 4.14  
Hasil Uji Statistik t

No	Uraian	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	8,471	2,012	0,000
2	Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ )	2,398	2,012	0,020

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan hasil dari analisis diatas dan dengan melihat tabel 4.14, tabel uji statistik

##### 1. Pengujian Hipotesis Pertama ( $H_1$ )

diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,471 dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,012 yang memiliki taraf signifikansi ( $\alpha=5\%$ ) 0,05 dan diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha=5\%$ ) 0,05. Hasil keduanya diperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $8,471 > 2,012$ , sedangkan nilai Sig. lebih kecil dari  $\alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis  $H_0$  ditolak dan Hipotesis  $H_1$  terima, sehingga dari hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan.



## 2. Pengujian Hipotesis Kedua ( $H_2$ )

diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,398 dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  sebesar 2,012 yang memiliki taraf signifikansi ( $\alpha=5\%$ ) 0,05 dan diperoleh nilai Sig. sebesar 0,020 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha=5\%$ ) 0,05. Hasil keduanya diperoleh  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $8,471 > 2,012$ , sedangkan nilai Sig. lebih kecil dari  $\alpha$  yaitu  $0,020 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis  $H_0$  ditolak dan Hipotesis  $H_2$  terima, sehingga dari hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan.

Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa variabel bebas ( $X_1$ , dan  $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan karena berdasarkan uji t yang dilakukan, didapat bahwa semua variabel bebas lebih kecil dari 0,05 dan Nilai t Hitung Lebih Besar Dari Nilai t tabel 2,012 yang artinya semua variabel bebas signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

### 4.3.6. Uji Simultan (uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama / simultan terhadap variabel dependen (Santoso, 2012):

**Tabel 4.15**  
**Output Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.184	3	139.092	52.158	.000 <sup>b</sup>
	Residual	125.336	46	2.667		
	Total	403.520	49			
a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data primer (diolah, 2021)

Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa dari hasil uji F terlihat nilai  $F_{hitung} = 52.158$  dengan signifikansi 0,00, sedangkan  $F_{tabel}$  ( $\alpha = 0.05$  ; df residual = 46) adalah sebesar 3,200, di mana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $52,158 > 3,200$ ). Karena pada variabel bebas berpengaruh signifikan pada tingkat kesalahan  $\alpha = 5$  persen. sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) Secara Simultan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y).

#### 4.4 Pembahasan

##### 4.4.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan

Berdasarkan Hasil penelitian didapatkan bahwa variabel Pengambilan Keputusan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan oleh variabel Kualitas Pelayanan atau dengan kata lain bahwa Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang dapat meningkatkan Pengambilan Keputusan Pelanggan secara nyata di J&T *Express* Trumon, yang dibuktikan dengan nilai Signifikan untuk pengaruh (Parsial)  $X_1$  Terhadap Y adalah  $0.00 < 0,05$  dan Nilai t Hitung  $8,741 > t$  tabel  $2,012$ , Yang sangat signifikan hal ini menunjukkan bahwa semakin besar Kualitas

Pelayanan J&T *Express* Trumon akan selalu diikuti dengan meningkatnya Pengambilan Keputusan Pelanggan J&T *Express* Trumon.

Kualitas Pelayanan juga berhubungan positif terhadap Pengambilan Keputusan. Salah satu faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam pengambilan keputusan adalah Pelayanan atau *service* yang ditawarkan J&T terhadap pelanggannya. *service* yang ditawarkan J&T *Express* beroperasi tanpa mengenal hari libur beda halnya dengan jasa antar lain seperti Kantor Pos. Dan yang terpenting, meski tanggal merah pengiriman paket ke rumah pelanggan akan tetap dilakukan begitupun dengan pengambilannya. sistem kerja J&T adalah sentralisasi bernama drop point dimana dapat menghubungkan pengiriman ke penerima lewat kurir. Sehingga jika semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin besar pula kemungkinan untuk mengambil keputusan menjadi pelanggan setia di J&T *Express* tersebut. (Kotler, 2012).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meliana (2013) Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pelanggan pada J&T *Express* salah satunya Kualitas Pelayanan karena semakin besar kualitas pelayanan maka semakin besar pula kemungkinan untuk mengambil keputusan di J&T *Express*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilaksanakan oleh Santoso (2012) yang menyatakan Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan dan memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan mengakibatkan keputusan pembelian yang tinggi.

#### **4.4.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan**

Hasil penelitian yang dilakukan menjelaskan bahwa Pengambilan Keputusan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan oleh variabel Kepuasan Pelanggan atau dengan kata lain bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan faktor yang dapat meningkatkan Pengambilan Keputusan Pelanggan secara nyata yang dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai Signifikan untuk pengaruh (Parsial)  $X_2$  Terhadap Y adalah  $0.020 < 0,05$  dan Nilai t Hitung  $2,398 > t$  tabel  $2,012$  yang diperoleh sangat signifikan di J&T *Express* Trumon. Hasil ini menjelaskan bahwa tingkat Pengambilan Keputusan Pelanggan pada J&T *Express* Trumon dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan, karena Kepuasan pelanggan yang diberikan oleh J&T Express mampu memenuhi keinginan dan harapan dari pelanggannya, sehingga dapat membuat pelanggan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus serta merekomendasikan kepada teman atau kerabat untuk menggunakan jasa pengiriman barang di J&T Express.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggrayani (2016) Dalam Menggunakan Jasa J&T Express perlu kepercayaan antara Pelayan dan Pelanggan, Kepercayaan pelanggan yang tinggi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mengambil keputusan dikarenakan Pengambilan keputusan yang tepat akan membuat pelanggan merasa puas Kemudian, kepercayaan pelanggan yang tinggi dapat memengaruhi intensitas pengambilan keputusan pelanggan untuk Berlangganan di J&T Express. dan hasil penelitian di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Andela Dkk (2020) Kepuasan Konsumen memiliki hubungan sangat erat dengan pengambilan keputusan dikarenakan sikap dan pertimbangan tertentu untuk mengambil keputusan, yaitu kepuasan konsumen

terhadap produk tersebut, seperti atribut yang terkandung dalam produk tersebut. Seperti yang Terdapat beberapa atribut produk pada pisang yaitu variasi rasa, harga, ukuran, tanggal kadaluarsa, kemasan, tekstur dan atribut tempat yaitu lokasi, area parkir, kebersihan tempat dan kenyamanan tempat.

#### **4.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan**

Berdasarkan hasil uji analisis data diatas didapatkan bahwa Pengambilan keputusan berpengaruh positif dan signifikan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan atau dengan kata lain bahwa Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan Pengaruh yang dapat meningkatkan Pengambilan Keputusan secara nyata di *J&T Express*. secara nyata yang dapat dilihat pada tabel 4.12 bahwa nilai Signifikan untuk pengaruh (Simultan)  $X_1$  dan  $X_2$  Terhadap  $Y$  adalah nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $52,158 > 3,200$  yang diperoleh sangat signifikan di *J&T Express* Trumon. Pengaruh tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan semakin besar pula kemungkinan dalam mengambil keputusan menjadi pelanggan di *J&T Express* Trumon.

Untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan diperlukan teori *customer satisfaction* dimana teori ini menurut (Kotler,2019) merupakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kualitas Pelayanan yang diberikan atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika Kualitas pelayanan juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kualitas

pelayanan sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen maka pelanggan akan puas. Sehingga dengan puas nya pelanggan

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi yang dirasakan oleh Pelanggan yang disebabkan oleh adanya kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan yang dinilai baik di mata mereka. Hal ini dapat dilihat dari kinerja karyawan *J&T Express* yang cepat dalam memberikan pelayanan antar jemput paket dan tepat waktu dalam pengiriman barang, karyawan yang tepat tanggap dalam mengatasi masalah keluhan atau komplain dari pelanggan dengan komunikatif juga informatif, keramahan dan kesopanan karyawan serta selalu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan juga dari kelengkapan fasilitas seperti komputer, timbangan, AC, tempat duduk untuk pelanggan yang mengantri dan area parkir yang nyaman sudah disediakan oleh pihak *J&T Express Trumon* sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan Keputusan di J&T Express Trumon dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil Uji Statistik menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Berdasarkan hasil uji Statistik nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $8,471 > 2,012$  sedangkan nilai Sig. lebih kecil dari  $\alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis H0 ditolak dan Hipotesis H1 diterima.
2. Hasil Uji Statistik menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Pengambilan Keputusan. Berdasarkan hasil uji Statistik nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,398 > 2,012$  sedangkan nilai Sig. lebih kecil dari  $\alpha$  yaitu  $0,020 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis H0 ditolak dan Hipotesis H2 diterima.
3. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa pengaruh atau kontribusi variabel-variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap variabel terikat yaitu Pengambilan Keputusan sebesar 67,6% dan sisanya sebesar 32,4% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis menyarankan :

### 1. Terhadap Instansi

Diharapkan penelitian ini memberikan informasi kepada pegawai J&T Express Trumon agar dapat lebih menambah Kurir untuk meminimalisir keterlambatan Sehingga Pelanggan merasa puas.

Sebaiknya J&T Express Trumon lebih berinovasi lagi dalam pelayanannya seperti memberikan penawaran-penawaran yang menarik seperti undian yaitu pengumpulan bukti transaksi sesuai yang ditentukan perusahaan yang nanti akan di undi dan akan mendapatkan hadiah.

Sebaiknya J&T Express Trumon menyediakan kotak saran kepada pelanggan sehingga keluhan dari pelanggan kepada J&T Express dapat tersampaikan dan dengan adanya saran tersebut dapat menjadi masukan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dalam Mengambilan keputusan.

### 2. Terhadap Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini di masa yang akan datang melalui penelitian yang lebih mendalam atau yang berhubungan tentang Pengambilan Keputusan pelanggan dengan memasukan variabel lain sebagai variabel bebas seperti Loyalitas Pelanggan, Harga, kepercayaan pelanggan, Kinerja pelayanan dan yang lainnya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan waktu, sehingga untuk pengukuran Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan hanya



dilakukan kepada pelanggan yang ditemui pada saat penyebaran kuesioner dan yang menerima kuesioner sebanyak 50 responden. Maka dari itu, untuk peneliti selanjutnya, dengan Variable berbeda ataupun menambahkan jumlah sampel dalam meneliti variabel tersebut serta penyebaran kuesioner dilakukan dalam waktu yang lama agar pelanggan yang ditemui bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPF E.
- Andela, Laelasari, E. dkk (2020) “Pengaruh Kepuasan konsumen dalam pengambilan keputusan pelanggan ”. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Volume. 19 Nomor 1 (1-20).
- Andesra, (2016), “*Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat*”, Medan: Jurnal Apresiasi Ekonomi. Vol. 4. No. 2: 139-150.
- Anggrayani , D. (2016). *pengaruh Pelayan budaya keselamatan pasien terhadap sikap melaporkan insiden pada perawat di instalasi rawat inap rumah sakit tk. Ii dr. Soepraoen*. Vol 14 no 42
- Fandy Tjiptono. (2016). *Service Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi
- Fandy Tjiptono. (2017) *.Service manajemen*, mewujudkan layanan prima .Alih Bahasa Dany: Anggota IKAPI
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Ratminto. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, C. B. (2018). Peranan Sistem Informasi Akuntansi bagi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan pada PT. Srikandi Inti Lestari.
- Hair, Jr., Joseph F., et. Al (2011) *multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Hernadi, B. (2012). *Pengambilan keputusan For Corporate Sustainability. Theory Methodology Practice (TMP)*, 8 (2), 23-30.
- Husaini, Usman et.al. 2012. *Pengantar Statistik*. Yogyakarta. PT Bumi Aksara.
- Hutapea, F. C. M. (2018). Peranan Akuntansi Manajemen Sebagai Alat Pengambilan Keputusan Pada Pt Pln (Persero) Area Pematang Siantar.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen..* Yogyakarta: BPF E.
- Kotler (2019). *Marketing manajemen*, 15 th Edition New Jersey: pearson pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip (2017). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson
- Kotler, Philip (2012). *Keputusan Pembelian Jakarta* :Penerbit Jakarta Erlanggan.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gery. (2012) . *Dasar–Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 9,

- Lovelock, C, dan John Wirtz, (2011). *“Pemasaran Jasa Perspektifedisi 7”*. Jakarta :NewJersey.
- Lupiyoadi, Rambat. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Matondang. dkk. (2014). *Diagnosis Fisis Pada Anak*. edisi 2. Jakarta: CV Sagung Seto.
- Maulida, K. A., & Adam, H. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Sustainability Performance* (Studi pada website perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011). *jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1 (2).
- Meliana, (2013). *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian studi kasus pada giant hypermarket."* **Vol.1**.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani *Edisi Kesembilan* Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*,PT. Indeks,Jakarta.
- Priyatno, (2015). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: MediaKom.
- Rohmah, S. (2018). Pengaruh pengetahuan,Promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembiayaan. *Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggulangan Korupsi*, 76-89.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, F. (2018). *Metode dalam Pengambilan Keputusan*. Deepublish.
- Silaen. (2018) . *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan. Tesis*. Bogor: IN MEDIA
- Sirait, D. R. (2019). Peranan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Pt Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelayanan Transmisi Pematang Siantar.
- Suarni, G. A. P., Tripalupi, L. E., & Haris, I. A. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Lpd (Lembaga Perkreditan Desa) Desa Pakraman Manggissari. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiawati, E., & Dirgantari, N. (2016). Analisis Pengaruh Penerapan *Green Accounting* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan Vol. 6 No. 1*, 865-872.
- Supranto dan Nandan Limakrisna, (2011) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi kedua*, mitra Wacana Media, Jakarta.
- Suwatno. (2019). *Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Diterbitkan oleh Bumi Aksara, cetakan pertama.
- Wahyuningsih, (2018). Pengaruh *Kualitas Produk, Brand Imge, dan Word Of Moutn terhadap keputusan Anggota* di BMT MADANI. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1 No. 3* p. 297-306
- Wibowo, A. B. (2018). Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Taman Wisata Candi Prambanan. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis (JPSB)*, 06(02), 157–170.

<https://.tribunnews.com>

<https://www.geogle.com/amp.news.detik.com>.

<http://www.jet.co.id/about>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. KUESIONER

**Yth. Bapak /Ibu/Saudara/i Responden,**

Untuk memenuhi syarat menyelesaikan program sarjana, saya :

Nama : Saukani

Nim : 1805906030034

Jurusan : Akuntansi

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Pengambilan keputusan pelanggan Jasa Pengiriman J&T Express Trumon” oleh karena itu kami memohon bantuan dari Bapak /Ibu/Saudara/i Responden, memberikan jawaban dalam kuesioner ini dengan memberi *check list* (✓) pada jawaban yang dipilih. Atas Perhatian dan bantuannya kami sampaikan banyak terima kasih.

## A. Identitas Responden

1. Nama : .....

2. Jenis Kelamin  Laki-Laki  Perempuan

3. Usia : .....

4. Pendidikan terakhir :

- SD
- SMP
- SMA
- Sarjana / Diploma

5. Pekerjaan :

- Pelajar / mahasiswa
- Pegawai Negeri / TNI – POLRI
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Lainnya

6. Berapa kali anda menggunakan jasa pengiriman J&T Express Trumon

- 1 - 3 kali
- 4 - 5 kali
- Lebih dari 5 kali

## **B. Petunjuk Pengisian**

Isilah pernyataan kuesioner berikut ini sesuai dengan jawaban yang tersedia dan diberi tanda *check list* (√) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan keterangan sebagai berikut:

- a. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
- b. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- d. Setuju (S) diberi skor 4
- e. Sangat setuju (SS) diberi skor 5

Daftar Pernyataan tentang kualitas pelayanan (X1)						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Reliabilitas</b>						
1.	J&T Express Trumon memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan paket					
2.	Ketepatan waktu buka dan tutup jam kas pelayanan					
<b>Daya Tanggap</b>						
3.	Pegawai selalu tanggap dalam menanggapi dan menyelesaikan keluhan yang dimiliki konsumen.					
4.	Memberikan Informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan					
<b>Jaminan</b>						
5.	Pegawai memiliki sifat sopan, ramah, jujur dan dapat Dipercaya					
6.	Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.					
<b>Empati</b>						
7.	Prosedur pelayanan yang diberikan J&T Express Trumon kepada pelanggan sangat memuaskan					
8.	Memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani pelanggan					
<b>Bukti Fisik</b>						
9.	J&T Express Trumon memiliki fasilitas fisik yang memadai seperti tempat parkir, toilet, tempat tunggu					
10.	Kerapian, Kebersihan dari penampilan karyawan serta kerapian ruangan					

Sumber : Tjiptono (2017 :159)



Daftar Pernyataan tentang Kepuasan Pelanggan (X2)						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kepuasan Terhadap Jasa Antar						
1.	J&T Express Trumon menawarkan varian model jasa pengiriman					
2.	Apakah jasa antar J&T Express membantu anda untuk mencapai tujuan anda.					
Kepuasan Terhadap Harga						
3.	Harga jasa pengiriman J&T Express Express Trumon sangat terjangkau					
4.	Harga dari jasa pengiriman sesuai dengan kepuasan dari pelanggan					
Kepuasan Terhadap Pelayanan						
5.	Pelayanan yang diberikan J&T Express Trumon cepat dan tepat sesuai dengan permintaan pelanggan					
6.	Perhatian dan pelayanan yang diberikan karyawan dengan setulus hati kepada pelanggan					
Kepuasan Dalam Kemudahan Pengiriman dan Penerimaan Barang						
7.	Jasa Pengiriman J&T Express Trumon memberikan kemudahan dalam pengiriman dan Penerimaan barang					
8.	Merasa Puas dengan Kemudahan pengiriman dan penerimaan barang yang diberikan J&T terhadap konsumen					

Sumber : Lupiyoadi (2018)

Daftar Pernyataan tentang Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)						
No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kemantapan pada sebuah Perusahaan						
1.	Saya merasa mantap berlangganan di J&T Express Trumon					
2.	Saya merasa mantap dan tiada paksaan dari pihak manapun saya berlangganan di J&T Express Trumon					
Kebiasaan dalam Berlangganan di J&T						
3.	Saya sudah terbiasa dalam berlangganan di J&T Express Trumon.					
4.	Saya sudah terbiasa karena mengirim paket di J&T aman dan terpercaya					
Kecepatan dalam melayani antar jemput paket						
5.	J&T Express Memberikan layanan jasa Antar jemput paket dengan cepat					
6.	J&T Express Tidak pernah terlambat dalam mengantar atau menjemput paket					

Sumber : Kotler (2012)

Kolom ini disediakan bagi bapak /ibu/saudara/i responden, yang ingin memberikan komentar /saran berkaitan dengan penelitian ini:

.....

.....

.....

.....

.....



Lampiran 3. Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 50)

Df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41		0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42		0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43		0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44		0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45		0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46		0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47		0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48		0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49		0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50		0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 4. Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df_1 = (k-1)$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130

**Lampiran 5. Tabel r untuk df = 1 - 50**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 6. HASIL SPSS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67807250
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.073
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.884	2.149		1.342	.186		
	Kualitas Pelayan	.414	.049	.735	8.471	.000	.879	1.138
	Kepuasan Pelanggan	.148	.062	.208	2.398	.020	.879	1.138

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 <sup>a</sup>	.689	.676	1.633

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayan
- b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

**ANOVA<sup>a</sup>**

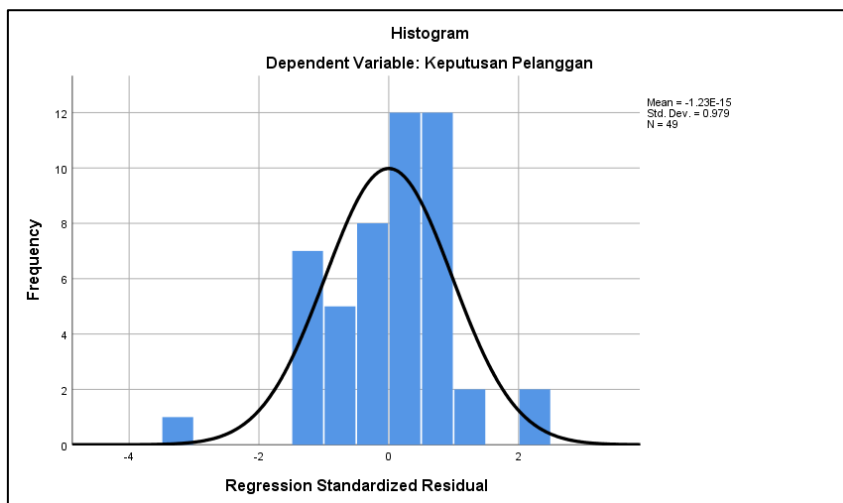
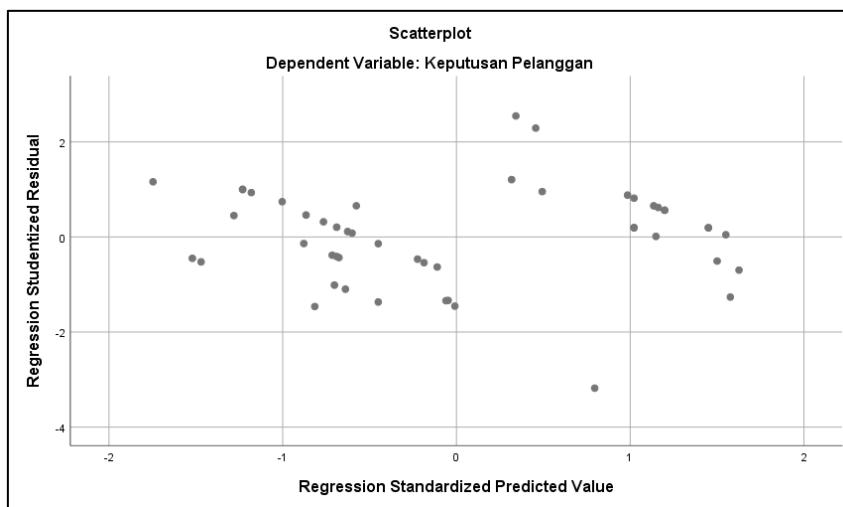
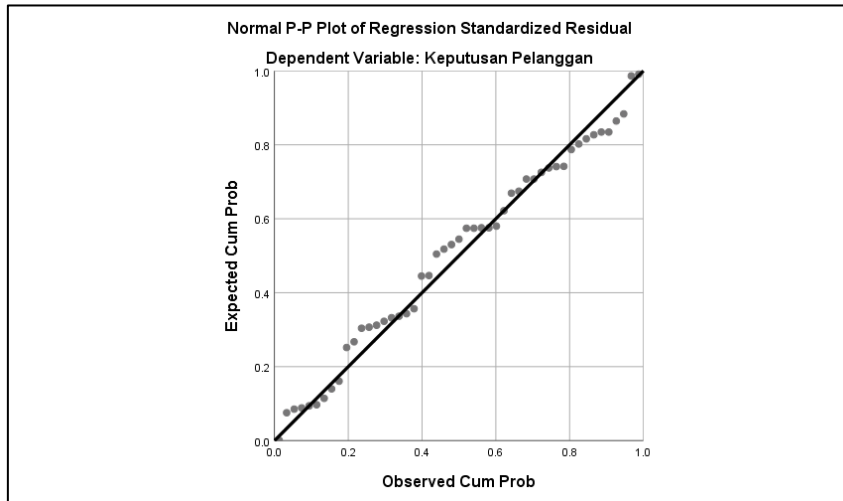
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.184	2	139.092	52.158	.000 <sup>b</sup>
	Residual	125.336	47	2.667		
	Total	403.520	49			

- a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan
- b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.420	1.384		1.026	.310
	Kualitas Pelayanan	-.004	.031	-.018	-.116	.908
	Kepuasan Pelanggan	-.002	.040	-.009	-.057	.955

a. Dependent Variable: RES2





## Lampiran 7. Dokumentasi



## **BIODATA PENULIS**

Nama : **SAUKANI**  
Tempat/Tanggal Lahir : Pulo Paya, 21 Januari 2001  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Warga Negara : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Pulo Paya, Kecamatan Trumon Tengah  
Kabupaten Aceh Selatan  
No. Hp : 08527562743 wa. 082217510441  
Email : [Saukani2101@gmail.com](mailto:Saukani2101@gmail.com)  
Nama Orang Tua  
    Ayah : RAZALI (Alm)  
    Ibu : MURSYIDAH  
    Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat Orang Tua. : Desa Pulo Paya, Kecamatan Trumon Tengah  
Kabupaten Aceh Selatan

### **Pendidikan Formal**

1. SD Negeri 1 Ladang Rimba : Lulus Tahun 2012
2. SMPN 1 Trumon Timur : Lulus Tahun 2015
3. MAS Asshabul Yamin Bakongan : Lulus Tahun 2018

### **Pengalaman Organisasi**

1. Anggota Kepengurusan DPM EKONOMI Bidang Eksternal 2020-2021.
2. Kabid Ikatan Mahasiswa Trumon Raya