



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING *J&T EXPRESS* DI JOGLO,
CILEDUG**

SKRIPSI

Anita Tri Agustin

1502025035

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2019**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING *J&T EXPRESS* DI JOGLO,
CILEDUG**

SKRIPSI

Anita Tri Agustin

1502025035

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2019**







**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

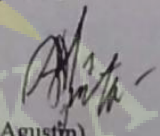
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anita Tri Agustin
NIM : 1502025035
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T EXPRESS JOGLO, CILEDUG"** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 08 Agustus 2019
Yang menyatakan


(Anita Tri Agustin)

ABSTRAK

Anita Tri Agustin (1502025035)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *J&T EXPRESS* JOGLO, CILEDUG.

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sumber data penelitian yang digunakan yaitu data primer yang berasal dari sampel berjumlah 100 responden dan data sekunder yang diperoleh melalui buku-buku atau literature yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan metode *aksidental sampling* yang bertujuan untuk mendapat sampel secara kebetulan. Teknik pengolahan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis linier berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Kemudian data diproses menggunakan analisis regresi linier berganda dengan diolah menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian dengan taraf signifikansi 5% menemukan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (2) kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Anita Tri Agustin (1502025035)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION IN *J&T EXPRESS JOGLO, CILEDUG.*

Essay Program study management. Faculty of Economics and Business of the University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta

Keyword : *Service Quality, Trust, Customer Satisfaction*

This research aims to know the effect of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction. The source of research data used is primary data originated from a sample of 100 respondents and secondary data obtained through books or literature related to this study. The sampling method in this study is the accidental sampling method which aims to get samples by chance. The data analysis processing technique used is descriptive analysis, multiple linear analysis, classic assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient of determination and hypothesis testing.

Then the data is processed using multiple linear regression analysis with processed using SPSS 20. The results of the study with a significance level of 5% found that: (1) service quality has a positive effect on customer satisfaction, (2) trust has a positive effect on customer satisfaction, and (3) quality service and trust together have a positive and significant effect on customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Warahmahtullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan cinta kasih kepada penulis, sehingga penulis diberikan ilmu pengetahuan, serta kelancaran dalam penulisan.

Salawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW. Atas izin Allah penulis dapat meneliti sebuah skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Joglo, Ciledug”**.

Skripsi merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan strata 1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Dalam menyusun skripsi penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan moril serta materil. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua atas doa-nya yang telah memberikan dukungan berupa moril serta materil.
3. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

4. Bapak Nuryadi Wijiharjono, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, SE,.MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Ibu Eti Rochaetiy, S.E., M.M Selaku dosen pembimbing I skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto., M.M Selaku dosen pembimbing II skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
8. Dosen FEB UHAMKA yang telah mengajar kuliah dan memberikan masukan dalam membuat skripsi.
9. Karyawan Sekretariat FEB UHAMKA yang membantu dalam kelancaran Biro Administrasi Urusan Keuangan.
10. Arif Prastianto, Dwiistiyana, Nayatul Fadilah, Dinda Nurul Lina, Della Rustami yang telah bersama-sama memberikan dukungan serta masukan dalam pembuatan skripsi.
11. Semua rekan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA angkatan 2015 yang telah membantu saya.

Tak ada kesempurnaan kecuali milik Allah SWT. Penulis menyadari banyak terdapat kekurangan pada skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan



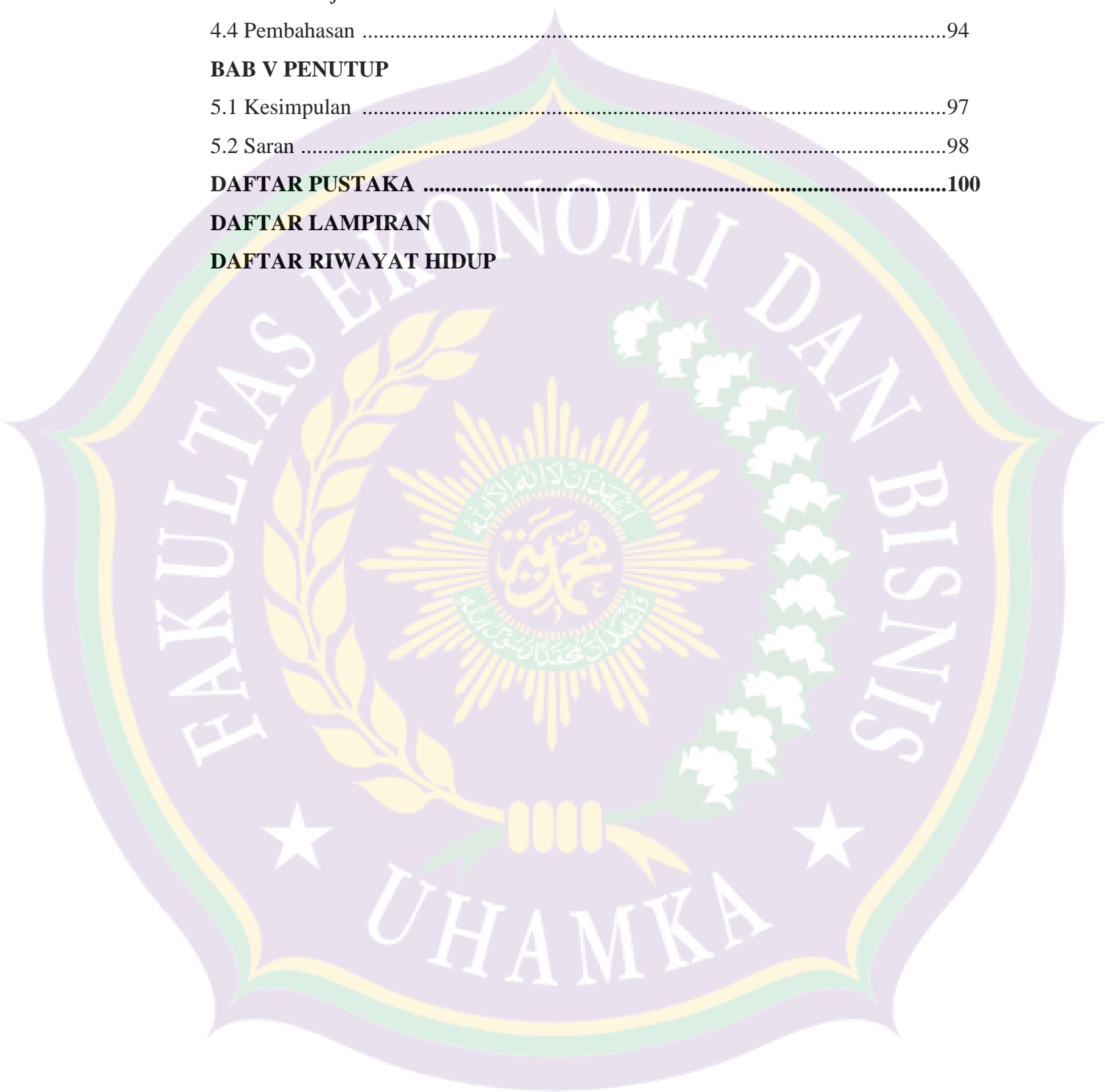
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPETINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAKSI/INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	6
1.2.3 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	9
2.2 Telaah Pustaka	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.2 Manajemen Pemasaran	19
2.2.3 Jasa	20
2.2.4 Karakteristik Jasa	21
2.2.5 Marketing 4.0.....	22
2.2.6 Kualitas Pelayanan	23
2.2.6.1 Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	24

2.2.7 Kepercayaan	26
2.2.7.1 Indikator Kepercayaan	27
2.2.7.2 Dimensi Kepercayaan	28
2.2.8 Kepuasan Pelanggan	29
2.2.8.1 Indikator Kepuasan Pelanggan	30
2.2.8.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.4 Rumusan Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	35
3.2 Operasionalisasi Variabel	36
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
3.5.1 Teknik Pengolahan	43
3.5.1.1 Uji Validitas Kuesioner	43
3.5.1.2 Uji Reabilitas	44
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif	45
3.5.3 Analisis Model Regresi Linier Berganda	47
3.5.3.1 Model Regresi Linier Berganda	47
3.5.3.2 Analisis Korelasi	47
3.5.3.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.4 Analisis Koefisien Korelasi dan Analisis Koefisien Determinasi	52

3.5.4.1 Analisis Koefisien Kolerasi	52
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.5.4 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Lokasi Penelitian	56
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	56
4.1.3 Visi dan Misi	57
4.2 Hasil Pengolahan dan Data Pembahasan	58
4.2.1 Identitas Responden	58
4.2.2 Analisis per Variabel	62
4.2.2.1 Kualitas Pelayanan (X_1)	62
4.2.2.2 Kepercayaan (X_2)	68
4.2.2.3 Kepuasan Pelanggan (Y)	72
4.3 Uji Validitas Data	77
4.3.1 Uji Validitas Kuesioner	77
4.3.2 Uji Reabilitas Kuesioner	79
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif	80
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.3.4.1 Model Regresi Linier Berganda	82
4.3.4.2 Uji Asumsi Klasik	83
4.3.4.2.1 Uji Normalitas	83
4.3.4.2.2 Uji Multikolinearitas	85
4.3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	86
4.3.4.2.4 Uji Autokorelasi	87
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi	88
4.3.5.1 Koefisien Korelasi Parsial	88
4.3.5.2 Koefisien Korelasi Berganda	90
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.3.7 Uji Hipotesis	92
4.3.7.1 Uji Statistik T	92

4.3.7.2 Uji Statistik F	93
4.4 Pembahasan	94
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



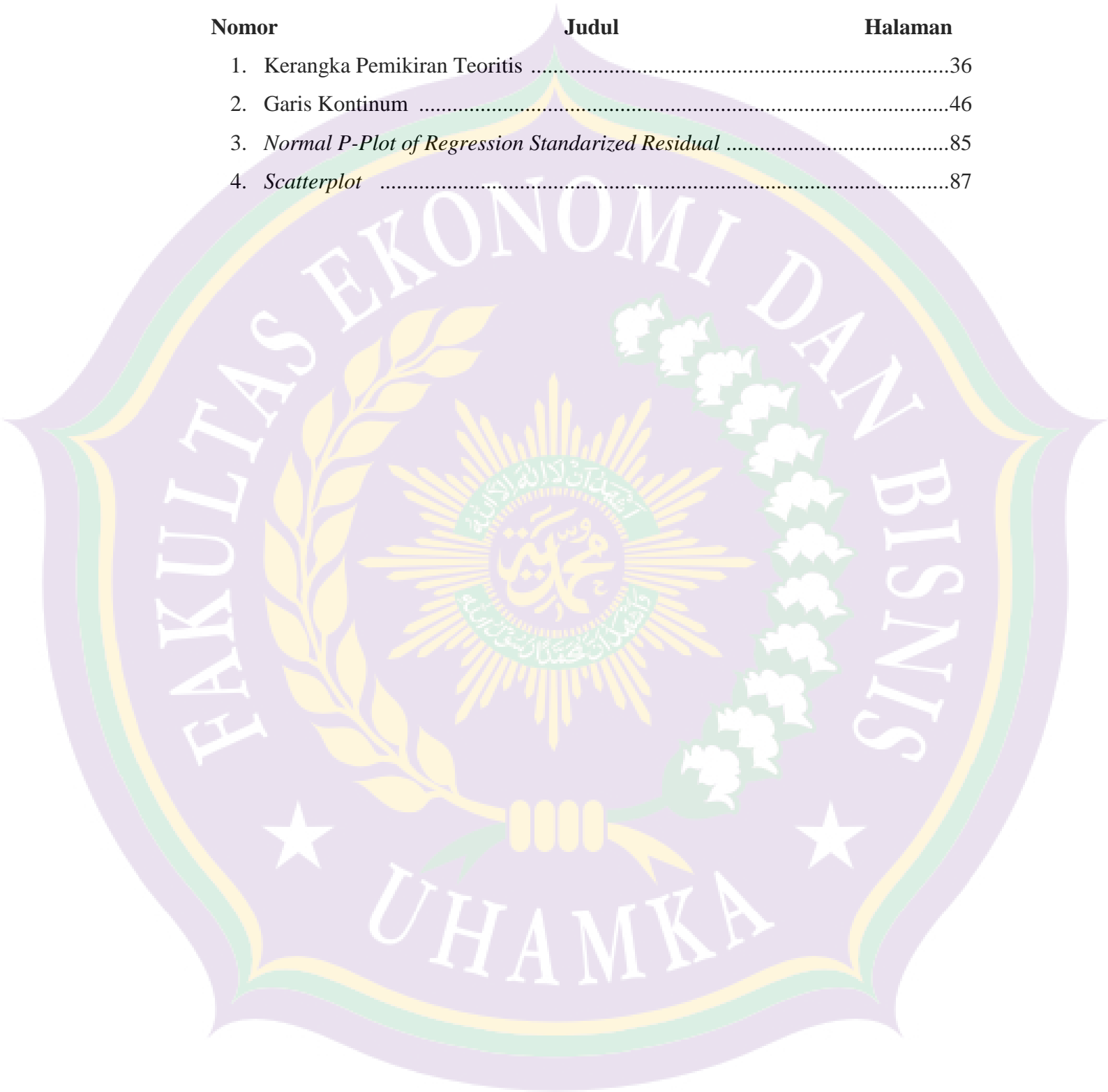
DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Keluhan Pelanggan <i>J&T Express</i>	4
2.	Tabulasi Penelitian Terdahulu	14
3.	Operasionalisasi Variabel Penelitian	37
4.	Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert	43
5.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	45
6.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier	53
7.	Usia Responden	59
8.	Jenis Kelamin Responden	60
9.	Pekerjaan Responden	61
10.	Mengetahui <i>J&T Express</i>	61
11.	Lama menjadi Pelanggan	62
12.	Datang ke <i>J&T Express</i>	63
13.	Karyawan <i>J&T Express</i> selalu berpenampilan rapih	64
14.	Ruang Pelayanan <i>J&T Express</i> yang nyaman	64
15.	<i>J&T Express</i> memiliki standar pelayanan sesuai SOP perusahaan	65
16.	Petugas cepat merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan	65
17.	Petugas melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat	66
18.	Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan	67
19.	Petugas mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon	67
20.	Indikator Kualitas Pelayanan (X_1)	68
21.	<i>J&T Express</i> jujur dalam pengelolaan pengiriman barang	69
22.	<i>J&T Express</i> dapat diandalkan dalam pengiriman	69
23.	<i>J&T Express</i> adalah perusahaan ekspedisi dengan pengelolaan yang baik	70
24.	Keakuratan informasi yang diberikan oleh petugas dapat dipercaya	70

25. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan	71
26. <i>J&T Express</i> melakukan pengiriman barang dengan tepat waktu	72
27. Indikator Kepercayaan (X_2)	72
28. Merasa senang selama setelah melakukan pengiriman barang	73
29. Proses pengemasan dan pengiriman barang rapih	74
30. Selalu melakukan pembelian/pengiriman barang ulang	74
31. Pengiriman barang dilakukan tepat waktu	75
32. <i>J&T Express</i> pilihan yang tepat untuk mengirim barang	76
33. Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain	76
34. Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)	77
35. Uji Validitas Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)	78
36. Uji Validitas Variabel X_2 (Kepercayaan)	79
37. Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	79
38. Hasil Uji Reabilitas	80
39. Analisis Deskriptif Statistik	81
40. Regresi Linier Berganda	82
41. Uji Normalitas	84
42. Uji Multikolinieritas	86
43. Hasil Uji Autokorelasi	88
44. Koefisien Korelasi Parsial	89
45. Koefisien Korelasi Parsial	89
46. Hasil Koefisien Korelasi Berganda	90
47. Koefisien Determinasi (R^2)	91
48. Uji Statistik t (parsial)	92
49. Uji Statistik F (simultan)	94

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.	Garis Kontinum	46
3.	<i>Normal P-Plot of Regression Standarized Residual</i>	85
4.	<i>Scatterplot</i>	87



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	1/39
2.	Data Kuesioner 2019: Karakteristik Responden	6/39
3.	Tabulasi Data Kuesioner 2019: Pernyataan Responden	12/39
4.	Hasil Output Uji Validitas SPSS 2.0.....	22/ 39
5.	Uji Reliabilitas Output SPSS 2.0	25/39
6.	Uji Deskriptif Statistik	25/39
7.	Analisis Model Regresi Linier Berganda	26/39
8.	Uji Asumsi Klasik	26/39
9.	Analisis Korelasi	29/39
10.	Analisis Koefisien Determinasi	30/39
11.	Hasil Uji Statistik	30/39
12.	Tabel r (df=80-100)	31/39
13.	Tabel t (df=80-120)	32/39
14.	Tabel f (df= 91-130)	33/39
15.	Surat Tugas	34/39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin banyak masyarakat yang membutuhkan dan menggunakan jasa pengiriman, membuat perusahaan ekspedisi berlomba-lomba memberikan pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan memahami apa yang diinginkan pelanggan dari kualitas layanan yang diberikan, maka akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Pelayanan yang diberikan tergantung kinerja karyawan yang dikerjakan terhadap penyedia jasa. Setiap perusahaan memiliki beberapa pelayanan terdiri dari biaya, persyaratan, prosedur, dan waktu sehingga karyawan memaksimalkan pelayanan untuk pelanggan.

Menurut peneliti terdahulu menyebutkan, bahwa agar hubungan dengan pelanggan bertahan dalam jangka waktu yang panjang, pihak ekspedisi perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Jika ingin bertahan di era online, perusahaan ekspedisi harus memiliki pelanggan loyal yang percaya terhadap eksistensi jasa ekspedisi. (Choirotunnisa : 2018)

Ukuran standar kualitas pelayanan yang ditentukan oleh produsen barang atau jasa belum tentu sama dengan ukuran standar kualitas pelayanan yang ditentukan oleh pelanggan. Misalnya apabila kita memberikan pelayanan yang sama kepada pelanggan yang berbeda, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh masing-masing pelanggan akan berbeda. (Atep Adya Barata, 2004 : 15)

Dengan banyaknya *online shop*, faktor dari kepercayaan hal yang sangat penting dalam ekspedisi pengiriman barang dimana konsep dari kepercayaan ini yaitu pelanggan percaya bahwa pihak ekspedisi memiliki keandalan yang dapat menjamin keamanan dan kecepatan dalam pengiriman. Keamanan berarti bahwa barang yang telah dikirim menuju alamat tujuan terjamin aman, dari resiko jatuh, dan hilang. Kecepatan berarti bahwa barang yang terkirim cepat sampai ditujuan.

Salah satu tantangan yang dihadapi diantara penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat dengan adanya *E-Commerce* seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga di dalam menghadapi persaingan dalam bisnis, perusahaan harus bisa lebih kompetitif serta memberikan pelayanan jasa dengan kualitas pelayanan terbaik. Di sisi lain, pelanggan sebagai konsumen yang beralih menjadi pengguna jasa mempunyai pengetahuan tentang jasa pengiriman barang, yang menjadikan konsumen semakin kritis, sehingga menimbulkan tuntutan yang berkualitas untuk di berikan pada konsumen. Hal ini menuntut supaya pelayanan oleh pihak pengelola jasa pengiriman barang memiliki kualitas terbaik agar dapat mempertahankan minat beli konsumen terutama di dalam *E-Commerce*.

J&T Express adalah salah satu perusahaan yang berdiri sejak tahun 2015 yang bergerak di bidang pelayanan jasa pengiriman barang, yang juga memanfaatkan teknologi *E-Commerce* yaitu melalui pelayanan via *website*, aplikasi dan *hotline*. Kelebihan dari *J&T Express* adalah *pick up* yaitu dapat menjemput barang di rumah, di dalam aplikasi kita juga dapat mengetahui keberadaan si pengirim barang.

Pada tanggal 17 september 2018 *J&T Express*, perusahaan jasa pengiriman ekspres yang fokus melayani bisnis *E-commerce* di Indonesia yang secara resmi menghadirkan layanan baru bernama *JSD (J&T Same Day)*, yaitu layanan pengiriman antar jakarta dengan tanpa minimum jarak tempuh, pengiriman sebelum jam 12.00 WIB yang akan sampai pada hari yang sama. Layanan ini sampai sekarang masih berlaku untuk pengiriman *drop off* ke kantor cabang terdekat. Maka dari itu *J&T Express* memberikan layanan tambahan kepada konsumen yang mempunyai kebutuhan mendesak, dalam waktu 24 jam, bahkan jika pengiriman sebelum jam 12.00 WIB dapat sampai dihari yang sama. (jet.co.id. 2018)

Berdasarkan wawancara penulis dengan karyawan, *J&T express* melayani rata-rata pengiriman barangnya mencapai 200 barang di setiap cabangnya, sedangkan estimasi waktu untuk pengiriman dalam satu provinsi adalah 1-2 hari, sedangkan estimasi waktu pengiriman di luar provinsi 2-3 hari itu pun tergantung apakah konsumen memberikan alamat yang lengkap dan jelas atau tidak, jika konsumen hanya memberikan alamat yang tidak lengkap serta nomor yang diberikan tidak aktif maka akan menghambat pengiriman barang pada alamat yang dituju.

Berdasarkan survei dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 mengungkapkan, selama satu tahun terakhir *E-commerce* yang ada di Indonesia meningkat sebesar 17% dengan total bisnis unit sebanyak 26,1 juta. Maka hal tersebut dapat menunjukkan bahwa bisnis *E-commerce* mempunyai potensi untuk tumbuh, dan harus di dukung melalui sistem logistik yang memadai.

Di kesempatan yang sama *CEO* dari *J&T Express*, Robin Lo mengatakan bahwa *J&T Express* telah beroperasi dengan sumber daya manusianya, tanpa bergantung kepada pihak ketiga dengan jumlah karyawan sebanyak 16 ribu orang yang tersebar di berbagai daerah. (swa.co.id, 2017)

DATA KELUHAN PELANGGAN J&T EXPRESS JOGLO, CILEDUG

No	Bulan	Total Keluhan 2017	Total Keluhan 2018
1.	Januari	12	10
2.	Februari	6	0
3.	Maret	3	0
4.	April	8	2
5.	Mei	26	1
6.	Juni	20	16
7.	Juli	13	17
8.	Agustus	0	2
9.	September	3	0
10.	Oktober	5	1
11.	November	28	12
12.	Desember	21	-

Tabel 1

Sumber: *J&T Express* Joglo Ciledug, 2018

Berdasarkan Tabel 1 mengenai data keluhan pelanggan tahun 2017 menunjukkan bahwa pada bulan Agustus merupakan total keluhan paling sedikit

yaitu tidak adanya keluhan pada bulan agustus dan bulan november merupakan puncak keluhan pelanggan *J&T Express* di Joglo, Ciledug. sebagian besar dari keluhan yang ada di *J&T Express* joglo yaitu keluhan keterlambatan barang yang sampai dan permasalahan pengemasan barang.

Sedangkan pada tahun 2018 menunjukkan bahwa pada bulan februari, maret, dan september merupakan total keluhan paling sedikit yaitu tidak ada keluhan pada bulan tersebut dan pada bulan juli merupakan puncak keluhan pelanggan *J&T Express* di Joglo, Ciledug. sebagian besar dari keluhan yang ada di *J&T Express* joglo yaitu keluhan keterlambatan barang yang sampai dan permasalahan pengemasan barang.

Pelayanan kepada pelanggan bersifat personal yang menyebabkan terjadinya interaksi antara pemberi jasa dan pelanggan yang dibentuk oleh adanya keinginan pemberi jasa untuk melayani pelanggan dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas secara benar. Pada saat ini pelayanan jasa tidak lah mudah. Perusahaan dihadapkan pada persaingan tidak hanya membuat para konsumen tertarik, namun juga membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan dalam meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan paparan tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman yang diberikan pada *J&T Express* terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman barang lainnya dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *J&T Express* Joglo, Ciledug"**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Sebagaimana telah di jelaskan di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Kualitas Pelayanan *J&T Express* Joglo, Ciledug?
2. Bagaimanakah Kepercayaan *J&T Express* Joglo, Ciledug?
3. Bagaimanakah Kepuasan pelanggan *J&T Express* Joglo, Ciledug?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *J&T Express* Joglo, Ciledug?
5. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan *J&T Express* Joglo, Ciledug?
6. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada *J&T Express* Joglo, Ciledug?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus, terlihat baik, dan mendalam maka penulis melihat permasalahan penelitian yang diangkat harus dibatasi variabelnya. Maka dari itu, penulis akan meneliti permasalahan yang berkaitan dengan “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan” Kepuasan Pelanggan dipilih karena dari sebuah kualitas pelayanan serta kepercayaan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam peningkatan perusahaan dari pesaing lain yang mempunyai bidang ekspedisi barang yang serupa.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas yang sudah dijelaskan sebelumnya dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Joglo, Ciledug”.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan di *J&T Express* Joglo, Ciledug.
2. Untuk menganalisis Kepercayaan di *J&T Express* Joglo, Ciledug.
3. Untuk menganalisis Kepuasan Pelanggan di *J&T Express* Joglo, Ciledug.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *J&T Express* Joglo, Ciledug.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di *J&T Express* Joglo, Ciledug.
6. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di *J&T Express* Joglo, Ciledug.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi mahasiswa

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan di bidang pemasaran jasa yang menyangkut kualitas pelayanan, harga serta daya saing di dalam perusahaan serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat bagi akademik

Sebagai bahan untuk penambahan ilmu di dalam pustaka khususnya dibidang pemasaran dan sebagai bahan untuk peneliti lain mengembangkan penelitian selanjutnya.

3. Manfaat praktis

Penelitian diharapkan dapat di manfaatkan sebagai bahan untuk pertimbangan dalam menyimpulkan strategi di dalam pemasaran *J&T Express* khususnya di bidang pelayanan yang baik dalam mencapai tujuan perusahaan kedepan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, hasan. (2008). *Marketing*. Yogyakarta:Media Pressindo.
- Alsa, Asmadi. (2007). *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abel Putra Setiawan. (2015). *Pengaruh Pengendalian Internal dan Kompetensi Staf Akutansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada PT. PINDAD (Persero) Bandung)*. "repository.unpas.ac.id". 93.69.
- Anindita Endah Kusumawardani. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Kuantitatif di Kalangan Siswi Kelas XI IPS 3 SMA Negeri 4 Surakarta melalui online shop di Instagram)*. "eprints.ums.ac.id". 4.
- Abdoel Fattah Mahmoud Al-Azzam. (2015). *The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction: A Field Study of Arab Bank in Irbid City, Jordan*. "ResearchGate". 50-51.
- Ahmad Mansyur Pane. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal*. "repository.uinjkt.ac.id"
- Arvan Ali Prakoso. (2017). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Forum Jual Beli Kaskus)*. "repository.uinjkt.ac.id". 47-48.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armeyanti Novita. (2012) *Gambaran Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Melalui Media Internet*. "Repository Institusi Universitas Sumatera Utara".
- Atep Adya Barata. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* cet 2. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Choirotunnisa. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Probolinggo (Studi Kasus Pada J&T Kota Probolinggo Jln. Pangliman sudirman No.6c, pertokoan wiroborang 267, Mayangan, kota probolinggo)*. "Riset.unisma.ac.id".
- Danang Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.

- Emma Saastamoinen. (2017). *Service Quality and Customer Satisfaction Survey in Temporary Staffing Industry case: Amiko Lathi Oy*. "theseus.fi". 62.
- Endang Sutrisna dan Hanna Ester Novia. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Pekanbaru (Studi PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru)*. "media.neliti.com", 13-14.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta:Gava Media.
- Imelda W.J Ogi, Silcyljeova Moniharapon, Farah Diza. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada FIFGROUP Cabang Manado)*. "Jurnal EMBA", 111, 117.
- Jasfar, Farida.(2012). *9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler Philip dan Kevin Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-satu, edisi ke-tigabelas. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta:Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Leo Bayu Kristanto. (2009). *Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kendaraan Bermotor Merek Honda*. "repository.usd.ac.id"

- Meliza Mustika. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wardah Beauty House Medan*. “repository.usu.ac.id”. 78-79.
- M. Shabri, Amri, Eka Kusuma. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh*. “ResearchGate”, 190.
- Masyrifatul Amal. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dealer Resmi Honda Kompo Motor Purbaligga)*. “repository.iainpurwokerto.ac.id”, 72.
- Nur Laely. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri*. “*Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*”. 65.
- Nova Dwi Nur Fauzan. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian*. “repository.umy.ac.id”. 13.
- Octe Pusvita Sari. (2016). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan Pada Bakso dan Mie Ayam Midun Palembang*. “eprints.polsri.ac.id”. 11
- Saptianipo Aprilia Safitri. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Asri Motor*. “eprints.undip.ac.id”. 21-23, 32.
- Samra Shaham. (2016). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Loyalty and Word of Mouth; Evidence from Tourists in Antalya, Turkey*. “i-rep.emu.edu.tr”. 34-35.
- Septi Mauluhdiyawati (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id)*. “ePrints@UNY”. 20.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suwardi. (2011). *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Politeknik Negeri Semarang.

www.jet.co.id. Diunduh 17 September, 2018. 07:58 Wib.
<https://www.jet.co.id/news/show/j&t-express-hadirkan-layanan-pengiriman-j&t-same-day-bagi-pelanggan>

Jelhan Kahfi Barlian. Diunduh 23 Oktober, 2017. <https://swa.co.id/swa/trends/jt-express-fokus-pada-pengiriman-segmen-e-commerce>

