

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA
JNE PLOSO-JOMBANG**

JURNAL

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu
Program Pendidikan Ekonomi**



Oleh :

IDHA RAHAYUNINGSIH
NIM.152089

**SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA JOMBANG
PROGRAM PENDIDIKAN EKONOMI
AGUSTUS 2019**

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
JNE Ploso-Jombang

¹Idha Rahayuningsih, ²Roy Wahyuningsih

^{1,2}Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

Email: 1idharahayu89@gmail.com

Abstract

Research aims to understand influence service quality and confidence in customer satisfaction in JNE ploso-jombang. This study, use Of Quantitative Population in this research the customers jne ploso-jombang ever conducting package delivery. Criteria used is the customer ever conducting jne ploso-jombang package delivery at least as many as 2 delivery time. Sample with total 97 used as respondents using sampling disengaja techniques (whom any meet researchers and considered suitable data will be a source of research sample areas). The technique of collecting data which used that is using of the questionnaire was and documentation of . The technique of analysis i e efforts whatever survives this test (instruments pertaining to retail and the practical teaching exam participants and) reliability test , the test and been approved linear regression of multiple , the fit and proper test classical economic assumptions agreed to at , the test and been approved a hypothesis (efforts whatever survives this test t and test it f) use spss16.0 for windows .

Based on the results of the test and been approved linear regression obtained that one thing in common multiple which is notched or $gradua = 6.794 + 0,372x_1 + 0,303x_2$. The equation of this really shows you a positive relationship and significant variables reaches as high as the quality of ministry and a variety of confidence in customer satisfaction in drinking water . Based on the t , the influence of the quality of act to provide service for customer satisfaction in drinking water obtained the value of 5.754 this partial , while the influence of confidence in this partial customer satisfaction in drinking water obtained the value of 3.005 . Simultaneously where i am the influence of the quality of ministry and a variety of confidence in customer satisfaction in drinking water based on the f obtained the value of 35.633 .

Keywords: *Service Quality, Cofidence, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Ploso-Jombang. Penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan JNE Ploso-Jombang yang pernah melakukan pengiriman paket. Kriteria yang digunakan adalah pelanggan yang pernah melakukan pengiriman paket JNE Ploso-Jombang minimal sebanyak 2 kali pengiriman. Dengan total 97 sampel yang dijadikan responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* (siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel penelitian ini). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuisisioner dan dokumentasi. Teknik analisis yaitu uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F) menggunakan *SPSS16.0 for windows*.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 6.794 + 0,372X_1 + 0,303X_2$. Persamaan ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan variabel

kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji t, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial diperoleh nilai 5.754, sedangkan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial diperoleh nilai 3.005. Secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan uji F diperoleh nilai 35.633.

Kata Kunci :*Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang di rintis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun berskala besar. Dalam bidang penyediaan jasa menuntut tersedianya pemenuhan kebutuhan masyarakat modern saat ini. Di antaranya perkembangan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi tersebut maka kebutuhan akan jasa pengiriman barang akan semakin meningkat. Misalnya perusahaan penyedia jasa pengiriman yaitu seperti PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir atau bisa disebut JNE. Banyak penjual online shop yang menggunakan jasa kurir tersebut, dengan adanya jasa kurir maka akan memudahkan mereka untuk mengantar barang pesanan sesuai dengan jenis layanan paket yang mereka inginkan. Semakin banyaknya penjual online shop maka jasa kurir pun akan sangat dibutuhkan.

Dengan banyaknya persaingan pada pasar, maka perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi yang harus diutamakan oleh pelaku usaha adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Tjiptono (2004:349) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa.

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fendi (2014) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Malang. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur dari sejauh mana perusahaan tersebut bisa memuaskan pelanggannya. Dimana harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima. Jika pelayanan suatu perusahaan jauh dari harapan pelanggan maka, pelanggan akan kecewa. Sebaliknya jika layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan maka, pelanggan akan merasa puas oleh pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus diutamakan agar kepuasan pelanggan dapat terjamin.

Menurut Kotler (2007:286), Menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Sedangkan Goeth & Davis (1994) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan.

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratih (2010) tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (VILLA) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel penelitian adalah bukti fisik, keandalan daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap di (VILLA) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Dan penelitian yang dilakukan oleh Munusamy Jayaraman, *et. al* dalam penelitiannya yang berjudul “*Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia*” pada tahun 2010 menghasilkan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang maksimal akan mengakibatkan munculnya persepsi yang baik dari pelanggan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan akan lebih tinggi, dengan begitu tingkat pendapatan usaha akan semakin bertambah. Selain kualitas pelayanan faktor yang harus diperhatikan dalam memberikan kepuasan pelanggan yaitu tingkat kepercayaan.

Menurut Akbar Mohammad Muzahid, *et. Al* (2009:26) menyimpulkan jika salah satu pihak percaya bahwa tindakan pihak lain akan membawa hasil positif untuk pihak pertama, kepercayaan dapat dikembangkan. Kepercayaan merupakan kondisi pelanggan atau konsumen mau dengan sukarela menggunakan atau memanfaatkan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Morgant dan Hunt (2010:294), yaitu kepercayaan merupakan indeks kepercayaan dimana salah satu pihak mau bergantung pada mitra perdagangan sehingga akan terjadi transaksi yang saling menguntungkan. Kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Sirdesmukh dkk,(2002)

Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto Bangun Prasetyo (2013) meneliti tentang pengaruh Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada Swalayann Luwes Purwodadi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sehingga akan terjadi loyalitas, dimana jika perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan tersebut, dan kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi juga tingkat kepercayaan terhadap perusahaan tersebut, jika pelanggan sudah merasa puas dan percaya atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka secara otomatis loyalitas pelanggan akan terbentuk.\

Dalam memperhatikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan perlu diperhatikan kriteria penentu kualitas jasa pelayanan. Penawaran jasa kepada pelanggan harus didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, oleh karena itu JNE harus memperhatikan setiap hal yang dianggap penting oleh pelanggan. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan mereka.

JNE Ploso merupakan jasa pengiriman barang sebagai kantor perwakilan yang berlokasi di Jl. Raya Ploso-Babat No.10 Losari. Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan diperoleh informasi tentang pelanggan, dimana pelanggan memperoleh kualitas pelayanan yang cukup baik karena di JNE Ploso memiliki kelebihan seperti dalam pelayanan yaitu tidak pernah ada barang pending karena di JNE Ploso dalam satu hari terdapat 2 kloter pengiriman

yaitu kloter pertama pukul 12.00 dan kloter kedua pukul 17.00 WIB. Selain itu terdapat kelebihan JNE lainnya seperti kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman sesuai dengan yang dijanjikan ke pelanggan, memiliki layanan customer service yang responsif dan cepat dalam menangani berbagai keluhan pelanggan dan memiliki sistem tracking yang cepat sehingga dapat mengecek atau melacak keberadaan barang yang dikirimkan melalui aplikasi di android. Dengan adanya pelayanan yang dilakukan pihak JNE tersebut maka pelanggan merasa puas dan mempercayai dalam mengirimkan barang melalui jasa pengiriman JNE Ploso.

Meskipun kepuasan pelanggan cukup baik, namun masih ditemukan permasalahan sehingga menjadi dasar dalam penelitian ini yaitu banyak persoalan yang timbul baik dari perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya, sumber daya manusia atau karyawan perusahaan yang masih belum menyadari arti pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan, Selain permasalahan tersebut, terdapat juga keluhan-keluhan dari para pelanggan JNE Permasalahan yang sama juga terjadi di JNE Ploso-Jombang, seperti kualitas pelayanannya kurang memuaskan, keterlambatan pengiriman, salah alamat, barang rusak,dll. Oleh karena itu, sebuah usaha jasa pengiriman harus mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima, dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha jasa lainnya, sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat seperti saat ini. Dari fenomena tersebut Peneliti memilih JNE Ploso-Jombang sebagai bahan penelitian dikarenakan akan membahas tiga variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. apakah mempunyai pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan adanya permasalahan diatas dapat terlihat bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di JNE Ploso-Jombang dibutuhkan adanya kualitas pelayanan dan kepercayaan yang baik.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dan dokumentasi. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* dengan lima kategori jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan JNE Ploso-Jombang yang pernah melakukan pengiriman paket. Kriteria yang akan digunakan adalah pelanggan yang pernah melakukan pengiriman paket JNE Ploso-Jombang minimal sebanyak 2 kali pengiriman. Penentuan sampel penelitian ini dapat diketahui dengan menghitung dengan menggunakan rumus dari Purba (2006) diperoleh sebanyak 97 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dimana, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel penelitian.

Variable dalam penelitian ini adalah nilai pelanggan (X1), kualitas layanan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y). indicator dalam masing-masing variable dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini di batasi dengan :
 - a. Bukti fisik
 - b. Keandalan
 - c. Daya tanggap

2. Kepercayaan dalam penelitian ini dibatasi dengan :
 - a. Jaminan
 - b. Integritas
 - c. Kompetensi
3. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dibatasi dengan :
 - a. Kesesuaian harapan
 - b. Minat berkunjung kembali
 - c. Kesiediaan merekomendasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.10
Uji Regresi Linear Berganda
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.431	.419	1.57519

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Dari table 4.10, diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,431 dan Adjusted R Square 0,419. Hal ini berarti 41,9% yang artinya uraian diatas terbukti bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Ploso Jombang. Pengaruh signifikan tersebut dapat dilihat dari uji t dimana perolehan nilai t sebesar 5.754 dengan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis penelitian diterima yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan Kepuasan Pelanggan pada JNE Ploso Jombang. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Pelanggan secara langsung sebesar 0,499 hal ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 49,9 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Adapun dalam penelitian ini kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan indikator Bukti fisik,Keandalan ,Daya tanggapSelanjutnya, berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui dari ketiga indikator yang memiliki rata-rata skor tertinggi yaitu indikator bukti fisik, hal ini terjadi karena JNE Ploso memiliki kenyamanan seperti tersedianya ruangan yang bersih serta memiliki kelengkapan fasilitas dan tersediannya tempat duduk untuk pelanggan, selain itu karyawan JNE berpemandangan rapi dan sopan sehingga dapat disimpulkan mampu melayani pelanggan dengan sangat baik, Sedangkan, indikator yang mempunyai rata-rata skor terendah adalah indikator keandalan. Dimana di JNE Ploso ini karyawan belum mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan terutama dalam hal ketepatan waktu meskipun di JNE sudah ada pilihan paketan dan waktu estimasi pengiriman. Namun terkadang masih terdapat keluhan-keluhan yang dialami oleh pelanggan seperti keterlambatan

pengiriman. Barang rusak, nomor resi tidak muncul dll. Hal tersebut membuat pelanggan merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Dari Uraian diatas meskipun terdapat kekurangan dalam variabel keandalan namun karyawan memiliki daya tanggap yang cepat untuk mengatasi keluhan-keluhan yang dihadapi oleh pelanggan misalnya jika keterlambatan pengiriman biasanya di pengaruhi keadaan dilapangan seperti kendala cuaca dll. Sedangkan untuk barang rusak hal tersebut biasanya karena dalam pengemasan atau packing barang belum sesuai standart jadi barang mudah rusak, untuk nomor resi tidak muncul itu diakibatkan karena aplikasi JNE sedang bermasalah. Dari daya tanggap yang dilakukan karyawan kepada pelanggan. Ini menunjukan bahwa JNE ploso bertanggung jawab penuh terhadap pengiriman yang dilakukan.

Kotler (2007:286), Menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munusamy Jayaraman, *et.al* (2010) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan. Selain itu penelitian ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Ratih (2010) tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (VILLA) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel variabel penelitian adalah bukti fisik, keandalan daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap di (VILLA) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran.

Dari analisis penelitian yang dilakukan hasil yang didapat sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu seperti yang sudah dijelaskan diatas. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Ploso-Jombang. Pengaruh signifikan tersebut dapat dilihat dari uji t dimana perolehan nilai t sebesar 3.005 dengan nilai signifikasinya sebesar $0,003 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis penelitian diterima yang menyatakan ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Ploso-Jombang. Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,260 hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kepercayaan sebesar 26,0 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Adapun dalam penelitian ini kualitas layanan diukur dengan menggunakan indikator jaminan, integritas dan kompetensi. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui dari ketiga indikator yang memiliki rata-rata skor tertinggi yaitu indikator indikator kompetensi, hal ini dikarenakan pelanggan percaya bahwa JNE ploso dapat diandalkan sebagai penyedia jasa pengiriman dibandingkan dengan Jasa pengiriman lainnya. Sedangkan, indikator yang mempunyai rata-rata skor terendah adalah indikator jaminan. dimana karyawan belum bisa menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan melalui jaminan meskipun di JNE memiliki estimasi pengiriman yang jelas. Misalnya kalau pelanggan memilih paket YES (Yakin Esok Sampai) yaitu meski biayanya lebih mahal dibanding dengan paket yang lainnya. Paket YES memiliki jaminan apabila barang besok tidak sampai seperti waktu yang dijanjikan maka terdapat jaminan yaitu uang kembali. Meskipun begitu masih terdapat pilihan paket lainnya seperti paket OKE dan REG yang terkadang belum sesuai dengan estimasi waktu yang ditentukan sehingga pelanggan merasa belum puas atas jaminan yang di berikan oleh pihak JNE.

Dari Uraian diatas meskipun terdapat kekurangan dalam variabel Jaminan namun karyawan memiliki Integritas atau tingkat kejujuran yang tinggi. misalnya terdapat informasi penting karyawan selalu menginformasikannya untuk pelanggan, misalnya terdapat gratis ongkir atau potongan harga disaat HUT JNE.

Kepercayaan merupakan kondisi pelanggan atau konsumen mau dengan sukarela menggunakan atau memanfaatkan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Morgant dan Hunt (2010:294), yaitu kepercayaan merupakan indeks kepercayaan dimana salah satu pihak mau bergantung pada mitra perdagangan sehingga akan terjadi transaksi yang saling menguntungkan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto Bangun Prasetyo (2013) meneliti tentang Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada Swalayann Luwes Purwodadi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari analisis penelitian yang dilakukan hasil yang didapat sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu seperti yang sudah dijelaskan diatas. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa “kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 35.633 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Besar sumbangan simultan yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (adjusted R- square) sebesar 0,419 hal ini berarti bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 49,9 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kepuasan pelanggan, indikator yang memiliki pengaruh tinggi yaitu pada indikator kesediaan merekomendasi dimana jika pelanggan yang merasa puas akan kualitas pelayanan dan perusahaan mampu memberikan tingkat aman dan percaya dalam menggunakan jasa pengiriman barang di JNE Ploso maka secara otomatis pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain.

Disisi lain indikator yang memiliki pengaruh paling sedikit yaitu pada indikator kesesuaian harapan, dimana masih terdapat keluhan-keluhan yang dirasakan pelanggan atau pelayananan masih belum sesuai dengan harapan yang diterima pelanggan seperti : keterlambatan pengiriman barang, barang rusak dan nomor resi tidak muncul dll.

Dari Uraian diatas meskipun terdapat kekurangan dalam variabel kesesuaian harapan namun karyawan memiliki daya tanggap yang tinggi untuk mengatasi keluhan yang di rasakan pelanggan, dengan memberikan perhatian lebih kepada pelanggan dari proses pengiriman barang hingga barang tersebut sampai ke tujuan dalam kondisi baik, jika pihak JNE memiliki kualitas pelayanan yang baik serta tingkat kepercayaan yang tinggi maka secara otomatis pelanggan akan puas dan ingin menggunakan jasa pengiriman JNE lagi dalam waktu berikutnya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fendi (2014) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Malang. Secara parsial bukti fisik, keandalan daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Malang.

Dari analisis penelitian yang dilakukan hasil yang didapat sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu seperti yang sudah dijelaskan diatas. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa “Kualitas Pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan”

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan JNE Ploso dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di JNE Ploso-Jombang. Pengaruh yang diberikan oleh variabel tersebut digambarkan dari t hitung lebih besar dari t tabel. Kepercayaan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di JNE Ploso-Jombang. Pengaruh yang diberikan oleh variabel tersebut digambarkan dari t hitung lebih besar dari t tabel. Kualitas Pelayanan (X1), dan Kepercayaan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di JNE Ploso-Jombang. Pengaruh yang diberikan oleh variabel tersebut digambarkan dari F hitung lebih besar dari F tabel sehingga dinyatakan sehingga secara bersama kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di JNE Ploso-Jombang.

SARAN

Adapun saran dalam penelitian ini yang ditujukan untuk JNE Ploso-Jombang yaitu Sebaiknya pihak JNE lebih memperhatikan kualitas pelayanannya seperti memberikan perhatian kepada pelanggan yang datang bahkan melayani pelanggan dengan cepat dan sigap sesuai dengan antrian. karena jika kualitas pelayanan baik maka akan tercipta kepuasan pelanggan. Memperbaiki kecepatan pengiriman agar mampu mengirim barang sesuai dengan estimasi pengiriman agar dapat meminimalisir keluhan pelanggan seperti keterlambatan pengiriman barang. Memperhatikan fasilitas fisik yang sudah ada, yang perlu dibuang atau perlu ditambah agar menjadi lebih menarik pelanggan. Harga lebih disesuaikan lagi dengan paket yang dipilih pelanggan dan jarak pengiriman barang. Pihak JNE seharusnya lebih memperhatikan keamanan dan menjaga kepercayaan pelanggan misalnya dengan memberikan jaminan bila terjadi kesalahan pengiriman

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan Terima Kasih Kepada Bapak dan Alhm. Ibu yang selalu mendo'akan dan selalu memberikan semangat agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Bapak Ibu Dosen terutama Dosen Pembimbing Ibu Dr. Roy Wahyuningsih., M.Pd yang telah memberikan bimbingan dan inspirasi kepada saya untuk menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Mohammad Muzahid and Noorjahan Parvez. 2009. *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty*. ABAC Journal Vol.29 No.1 : 24-38.
- Akfian Yuda Adhi dan Nina Ernawati. 2012. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel*

Candi Indah Semarang. Jurnal Mahasiswa Q-MAN, Volume I, No. 3, Mei 2012, halaman 44-56.

Azis.2016.” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen”.(online).(http://eprints.uny.ac.id/srielAzis_12808144028.pdf) diunduh 13 Oktober 2018

Chou, Pin-Fenn. (2014). An Evaluation of Service Quality, Trust, and Customer Loyalty in Home-Delivery Services, *International Journal of Research in Social Science*. 3 (8); 99-108.

Fandy,Tjiptono.(2006) *Strategi Pemasaran* jilid 2.Yogyakarta:Andi

Juwandi, H. I. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*.Jakarta: Erlangga

Kotler dan Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, R. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta*.

Morgan, R.M. dan S.D. Hunt (1994), The Commitment Kepercayaan Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*. 58 (3) : 20 – 23.

Nasution, M.N (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia. Parasuraman, A., V . A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, SERVQUAL: A Multipleitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1.

Nusa,2017.”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNE Cabang Greenland. (online).(<https://repository.polibatam.ac.id/uploads/207029-20171109071110.pdf>) diunduh 13 Oktober 2018.

Parasuraman, A. Zeithaml., Valerie, A., Berry, Leonard L. (2007). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.*Journal of Retailing*. Vol. 64 No.1. Hlm. 12-40.

Pebranadian, Dewi, 2016 “Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan toko Online”, *jurnal*, Universitas Brawijaya,

Peppers and Roggers (2004).”Managing Customer Relationship”Canada:wiley

Saputro, 2010.”Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT Nusantara Sakti Demak).(Online). (http://eprints.undip.ac.id/23351/1/SAPUTRO_-_skripsi.PDF) diunduh 20 Oktober 2018.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Cetakan Ke Dua Belas*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tanuwidjojo, Samuel, “Analisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen online shop di Surabaya” *jurnal*, Universitas Negeri Malang, 2009.

- Vandayuli, Riorini Sri. 2003. "Kepercayaan pembeli terhadap perusahaan pemasok dalam hubungannya dengan antisipasi pembelian di waktu yang akan datang". *Media Riset Bisnis & Manajemen*, Vol 3, No.2, 2003.
- Widiyanto Bangun Prasetyo, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal Manajemendan Bisnis*, Volume 2 No. 3 tahun 2013
- Yunus Nek Kamal Yeop, Azman Ismail, Zubrina Raneer dan Salomawati Ishak. 2009. "Service Quality Dimensions, Perceive Value and Customer Satisfaction: ABC Relationship Model Testing". *IBEJ* Vol.2 Issue No.1 (2009)01-18.