**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Gambaran Umum Obyek Penelitian**
2. Profil Perusahaan

Perusahaan J&T Express didirikan oleh mantan CEO OPPO Indonesia yang bernama Mr. Jet Lee yang berkolaborasi dengan seorang pendiri OPPO Internasional yang bernama Mr. Tony Chen. Perusahaan ini telah diresmikan pada tanggal 20 Agustus 2015 sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang kurir yang berfokus pada pengiriman paket kilat yang berkualitas dan memberikan sebuah kenyamanan pada pelanggannya. Selain itu juga perusahaan selalu dan terus mengoptimalkan rute pengiriman barang dan berusaha untuk dapat meminimalkan biaya transportasi guna dalam menyediakan sebuah layanan express yang lebih efisien, aman dan tepat waktu bagi setiap pelanggannya. Nilai-nilai tersebutlah yang membedakan J&T Express dari para kompetitornya. Dengan jaringan luas yang dimiliki, fasilitas layanan ekspress dan adanya sebuah perkembangan teknologi menjadikan hal-hal tersebut sebagai sistem dasar pada Perusahaan J&T Express dalam melakukan sebuah pengiriman paket kilat di seluruh Indonesia dengan rute dari dalam kota, antar kota, antar provinsi, hingga pada pengusaha *e-commerce*. Demi mencapai dan mempartahankan pelanggan dalam sebuah kepuasan perusahaan J&T Express juga menyediakan layanan jasa jemput paket di tempat dengan kecepatan pengiriman yang berakurasi

tinggi. Hingga kini perusahaan menduduki posisi nomer 2 ekspedisi terbesar di Indonesia.

1. Logo perusahaan

**Gambar IV.1**

**Logo J&T Express**

Setiap perusahaan memiliki sebuah logo yang memiliki arti dan makna tersendiri. Begitupula dengan logo pada perusahaan J&T Express. Logo dengan huruf J yang mempunyai arti Jet atau cepat dan terdapat huruf T yang artinya Teknologi, dari 2 huruf tersebut, terdapat arti yang melambangkan suatu kecepatan yang didukung oleh sebuah teknologi. Kebutuhan akan kecepatan pengiriman serta kemudahan dalam bisnis *e-commerce* dapat menjadikan perusahaan J&T Express berperan penting dalam jasa pengiriman bagi para penjual online, pembeli online, dan *e-commerce platform*. Selain itu juga terdapat sebuah warna merah dan putih melambangkan warna bendera Indonesia yang bermaksud hadir dan ikut serta dalam berkomitmen untuk melayani masyarakat Indonesia.

1. Visi dan Misi J&T Express

 Dalam menjalankan tugasnya J&T Express mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi : “Membangun sebuah perusahaan express berbasis pengembangan teknologi internet dengan jangkauan sampai ke Asia Tenggara”

Misi :

1. Menjadikan bisnis online pelanggan lebih praktis dan efesien
2. Mendorong pelanggan melakukan bisnis besar di *platforme-commerce* Selain itu juga perusahaan mempunyai nilai-nilai perusahaan yaitu:

• *Integrity*

• *Share*

• *Service*

• *Responsibility*

Dari 4 nilai dasar diatas diterapkan perusahaan dengan tujuan untuk mencapai sebuah kualitas pengiriman paket yang paling unggul yang ada di benak pelanggan. Dan juga perusahaan berkomitmen untuk melayani setiap pengiriman dengan jujur dan bertanggungjawab.

1. **Gambaran Umum Deskripsi Responden**

Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 100 responden dari populasi pengguna jasa pengiriman J&T Express. Deskripsi responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ditinjau dari :

1. Jenis Kelamin

**Tabel IV.1**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Jenis Kelamin** | **Frekuensi** | **Presentase (%)** |
| 1.2. | Laki-lakiPerempuan | 3763 | 3763 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

**Gambar IV.2**

**Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden yang mempunyai jenis kelamin laki-laki sejumlah 37 orang atau sebesar 37% dan jenis kelamin perempuan sejumlah 63 orang atau sebesar 63 %. Penelitian ini memiliki jumlah responden perempuan yang lebih banyak dibandingkan responden laki- laki, hal ini menujukkan bahwa perempuan cenderung lebih konsumtif dan lebih sering menggunakan jasa pengiriman.

1. Usia

 **Tabel IV.2**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Umur** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1.2.3.4. | < 18 Tahun18 - 23 Tahun24 - 29 Tahun> 29 Tahun | 28972 | 28972 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

**Gambar IV.3**

**Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden yang mempunyai usia kurang dari 18 tahun sejumlah 2 orang atau sebesar 2%, responden dengan usia 18-23 tahun sejumlah 89 orang atau sebesar 89% dan responden dengan usia 24 - 29 tahun sejumlah 7 orang atau sebesar 7% dan responden dengan usia lebih dari 29 tahun sejumlah 2 orang atau 2%. Penelitian ini mayoritas responden berusia 18-23 tahun, hal ini disebabkan oleh faktor dimana di usia muda sering menggunakan jasa pengiriman barang khususnya J&T Express.

1. Asal Kecamatan

**Tabel IV.3**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Kecamatan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Asal Kecamatan** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1.2.3.4.5. | BanjarsariJebresLaweyanPasar KliwonSerengan | 1148131810 | 1148131810 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

**Gambar IV.4**

**Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Asal Kecamatan**

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menujukkan bahwa responden berdasarkan asal kecamatan yang ada di kota Surakarta diketahui bahwa jumlah pengguna jasa pengiriman J&T Express dari kecamatan Banjarsari sejumlah 11 orang atau 11%, kecamatan Jebres sejumlah 48 orang atau 48%, kecamatan Laweyan 13 orang atau 13%, kecamatan Pasar Kliwon 18 orang atau 18%, kecamatan Serengan 10 orang atau 10%.

1. Pendidikan Terakhir

**Tabel IV.4**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pendidikan Terakhir** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1.2.3. | SMAS1Lain- lain | 83125 | 83125 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

**Gambar IV.5**

**Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Pendidikan**

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pendidikan terakhir SMA sejumlah 83 orang atau 83%, S1 sejumlah 12 orang atau 12% dan lain- lain sejumlah 5 orang atau 5%.

1. Pekerjaan

**Tabel IV.5**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pekerjaan** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1.2.3.4. | PelajarMahasiswaWiraswastaLain- lain | 3461041 | 3461041 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

**Gambar IV.6**

**Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menujukkan bahwa responden yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa pelajar sejumlah 3 orang atau 3%, mahasiswa sejumlah 46 orang atau 46%, wiraswasta sejumlah 10 orang atau 10%, dan lain- lain sejumlah 41 orang atau 41%. Dari pengelompokkan responden tersebut dapat diketahui bahwa mahasiswa lebih potensial menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

1. **Analisis Data**
2. **Uji Asumsi Klasik**
3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Uji Normalitas pada penelitian ini digunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari p *Value*> 0,05, maka data normal atau deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik. Pada uji normalitas yang dilakukan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Test* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal.

Deteksi normalitas data penelitian dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal suatu grafik. Dasar yang digunakan untuk pengambilan keoutusan pada uji normalitas adalah:

1. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data tersebut menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas:

Tabel IV.6

Hasil Uji Normalitas Data

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Variabel | *Asymp. Sig. (2-tailed)* | Sig. | Distribusi |
| 1. | *Unstandardized Residual* | 0,200 | 0,05 | Normal |

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa P *Value* sebesar 0,200 ternyata lebih besar dari 0,05. Sehingga data tersebut dinyatakan normal atau memiliki sebaran data normal.

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolineartitas dilakukan dengan menggunakan metode enter yaitu melihat pada *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan *Tolerance <*0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat multikolinieritas.

Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas:

**Tabel IV.7**

**Hasil Uji Multikolinearitas Data**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Tolerance*** | **VIF** | **Keterangan** |
| *Brand Image* (X1)Ketepatan Waktu Pengiriman(X2)Lokasi (X3) | 0,2460,3330,299 | 4,0713,0073,344 | Bebas MultikolinearitasBebas MultikolinearitasBebas Multikolinearitas |

Sumber: Data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa masing-masing nilai VIF kurang dari 10, demikian pula nilai *tolerance* diatas 0,1 sehingga dapat dinyatakan model regresi ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah Uji Heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* :



**Gambar IV.7**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar tersebut membuktikan bahwa titik-titik tersebut menyebar tidak beraturan serta berada diatas dan dibawah nilai 0. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji regresi linear berganda dilakukan dengan alat bantu analisis program SPSS *Statistics 21*. Berikut ini adalah hasilnya :

**Tabel IV.8**

**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Koefisien Regresi (B)** | **t-hitung** | **Sig.** |
| *Constant**Brand Image*ketepatan waktu pengirimanLokasi | 3,7440,2710,1710,054 | 2,6412,7492,2011,306 | 0,0100,0070,0300,195 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari data tabel diatas, dapat dirumuskan suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Y = 3,744 + 0,271x1 + 0,171x2 + 0,054x3 + e

Persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa jika X1, X2 dan X3 sama dengan nol, maka nilai Y (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 3,744. Sedangkan nilai koefisien regresi pada masing- masing penelitian dijelaskan sebagai berikut :

1. Apabila X1 (*brand image*) naik satu satuan dan X2 (ketepatan waktu pengiriman) serta X3 (lokasi) bernilai konstan, maka uilai Y akan berubah naik sebesar 0,271.
2. Apabila X2 (ketepatan waktu pengiriman) naik satu satuan dan X1 (*brand image*) serta X3 (lokasi), maka nilai Y akan berubah naik sebesar 0,171.
3. Apabila X3 (lokasi) naik satu satuan dan X1 (*brand image*) serta X2 (ketepatan waktu pengiriman) bernilai konstan, maka nilai Y akan berubah naik sebesar 0,054.
4. **Uji Hipotesis**
5. **R2-test (Koefisien Determinasi)**

**Tabel IV.9**

**Koefisien Determinasi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **R** | **R Square** | **Adjusted R Square** | **Keterangan** |
| 0,746 | 0,556 | 0,543 | 54,3% |

Sumber: Data Primer diolah 2021

Hasil perhitungan koefisien determinasi pada analisis regresi liniear berganda diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,543. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *brand image*, ketepatan waktu pengiriman, dan lokasi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen yaitu tingkat akurat sebesar 54,3% sedangkan sisanya 45,7% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar model.

1. **T-test Parsial**

**Tabel IV.10**

**Hasil Uji t**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **t Hitung** | **t tabel** | **Sig.** | **Keterangan** |
| *Brand Image* | 2,749 | 1,984 | 0,007 | Ha diterima |
| Ketepatan Waktu Pengiriman | 2,201 | 1,984 | 0,030 | Ha diterima |
| Lokasi | 1,306 | 1,984 | 0,195 | Ha ditolak |

Sumber: Data Primer diolah 2021

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing varibel independen yang ada dalam penelitian terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan kesimpulan dan penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut:

Ha diterima : Apabila t hitung > t tabel

Ha ditolak : Apabila t hitung < t tabel

Penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

1. *Brand Image*

Hasil statistik uji t pada variabel *brand image* diperoleh t hitung sebesar 2,749 dengan tingkat signifikansi 0,007. Nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,984. Oleh karena t hitung > t tabel (2,749> 1,984), maka hipotesis diterima. Artinya variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Maka jika variabel *brand image* meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan naik. Hal ini menunjukan arah hubungan yang positif antara *brand image* dengan kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Secara parsial *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1. Ketepatan Waktu Pengiriman

Hasil statistik uji t pada variabel ketepatan waktu pengiriman diperoleh t hitung sebesar 2,201 dengan tingkat signifikansi 0,030. Nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,984. Oleh karena t hitung< t tabel (2,201<1,984), maka hipotesis diterima. Artinya variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh dansignifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Hal ini menunjukan ada hubungan antara ketepatan waktu pengiriman dengan kepuasan pelanggan di Surakarta. Secara parsial ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

1. Lokasi

Hasil statistik uji t pada variabel lokasi diperoleh t hitung sebesar 1,306 dengan tingkat signifikansi 0,195. Nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,984. Oleh karena t hitung < t tabel (1,306>1,984). Maka hipotesis ditolak, artinya variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Hal ini menunjukan tidak ada hubungan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Secara parsial lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Expess di Surakarta.

1. **Pembahasan**
2. **Pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pelanggan**

 Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa hasil *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu, (Rahayu, 2020) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa *Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Aryaduta Lippo Village, dan penelitian (Usvela, Qomariah, and Wibowo, 2019) *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Herbalife .*

 *Brand image* dapat menuwujudkan atau memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express yang berkaitan dengan perilaku bertanggungjawab terhadap merek yang bersangkutan dalam hubungannya dengan pelanggan. Dengan demikian, apabila semakin bagus *brand image* berkaitan dengan jasa yang diberikan kepada pelanggan maka dapat mencerminkan semakin positifnya persepsi yang dimiliki *brand image* J&T Express disosialisasikan dalam bentuk menempatkan posisinya secara spesifik dibenak pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan oleh J&T Express.

1. **Pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa hasil ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu (Mahfudz, 2018) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa ketepatan waktu pengiriman secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Kota Semarang, dan penelitian (Dewantoro, Aryani, & Marzuki 2020) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa ketepatan waktu pengiriman secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila perusahaan J&T Express dalam memberikan pelayanan pengiriman barang dapat sampai ke tempat tujuan tepat waktu sesuai dengan jangka waktu yang diharapkan oleh pelanggan.

1. **Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa hasil lokasi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Surakarta. Berbeda dengan hasil penelitian terdahulu (Ramadhan & Mahargiono, 2020) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya dan (Paulina Nainggolan et al. 2016) dimana dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang.

Lokasi yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan mengindikasikan bahwa lokasi kurang penting bagi peningkatan kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman barang J&T Express yang ada di Surakarta.