# BAB IV

# HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah J&T Express

Pergeseran pasar dari tradisional ke pasar digital lewat media internet, menjadikan kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi akan jasa ekspedisi. Perubahan ini terlihat pada hal pengiriman barang, yang sebelumnya lazim dilakukan oleh barang industri dan produksi, maka saat ini mulai didominasi barang-barang retail. Melihat peluang demikian, maka J&T Express hadir dengan menawarkan keunggulan yang kompetitif dan inovatif. Namun, dengan usia yang sangat muda J&T Express telah berhasil mampu mensejajarkan diri dengan perusahaan-perusahaan ekspedisi besar di Indonesia. Belum genap berumur dua tahun, J&T Express sudah mampu menjangkau seluruh areal di Indonesia. Hal ini disebabkan pengaruh besar dari sisi kreativitas dari mantan CEO Oppo Indonesia bernama Jet Lee.

Perusahaan penyedia jasa ekspedisi J&T Express dibangun tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2015. Pada hari itu secara resmi PT. Global Jet Express didirikan sekaligus meresmikan kantor pusatnya dipluit, 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.

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 hingga saat artikel ini dibuat, Robin diangkat sebagai pimpinan perusahaan (CEO) dari J&T Express. Agar memenangkan persaingan atau setidaknya “*survive*” setiap perusahaan dituntut untuk mempunyai keunikan dan nilai lebih yang ditawarkan untuk pelanggannya. Inovasi harus terus dilakukan untuk mendapatkan “formula” yang tepat agar memenangkan persaingan memperebutkan “*market share*”. Sadar bahwa tidak mungkin kesuksesan dapat diraih atas kerja sendiri, maka J&T menggandeng beberapa pihak dalam membangun infrastrukturnya. Beberapa contoh kerja sama J&T dengan perusahaan lainnya adalah:

1. Berafiliasi dengan Garuda Indonesia Cargo untuk pengiriman lewat udara.
2. Menggandeng idEA yang kepanjangannya Indonesian *E-commerce Association* sebagai asosiasi *E-comme*rce di Indonesia.
3. Menggandeng Asperindo yaitu asosiasi perusahaan jasa pengiriman Express Indonesia.
4. Membangun kerja sama dengan Shopee dan situs-situs marketplace lainnya yang mana mampu mendobrak pertumbuhan pengiriman J&T Express.
5. Menggaet Deddy Corbuzier sebagai brand ambassador sejak Desember 2016.
6. Pada bulan Maret 2018 melebarkan sayapnya ke Vietnam dan Malaysia.

Akibat dari keberhasilan kerja sama tersebut sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan. Pertumbuhan yang dilakukan J&T Express sepanjang kuartal 1 tahun 2017 saat itu bisa mencapai 20 persen per bulan. Bahkan hasil daripada kerja sama dengan mereka terhitung dapat meraup keuntungan hingga mencapai 100 persen hingga 200 persen. Penyebaran konter J&T di seluruh wilayah Indonesia berbeda dengan jasa kurir lainnya. Biasanya, dalam satu kecamatan bisa ditemui 1/2 konter dengan sistem franchise, maka J&T Express lebih fokus pada satu konter untuk satu kecamatan.

1. Layanan

Aneka layanan yang ditawarkan oleh J&T Express agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya di Indonesia:

* 1. Jangkauan J&T Express di Indonesia

 J&T memiliki jangkauan yang luas di seluruh Indonesia yang dapat dilihat di drop point di berbagai daerah. Memudahkan pengguna untuk mengirim dan menerima produk dari dan ke kurir, sehingga mendapatkan review positif.

 Sistem satu counter satu kurir juga memaksimalkan pengiriman dan pengambilan barang di alamat konsumen. Anda cukup dirumah saja, karena kurir akan mengambil paket ke lokasi kemudian langsung melakukan pengiriman.

* 1. Tracking J&T Express Tepat Waktu

 Pengguna bisa melakukan tracking atau pelacakan barang dengan cara online lewat website ataupun aplikasi J&T. Anda bisa mengetahui lokasi secara akurat karena J&T memakai sistem *real time tracking system*, dari review kami pengirimannya memang sangat mudah dipantau.

* 1. J&T Express Memiliki Aplikasi dan website pemesanan

Selain pelacakan juga bisa melakukan pemesanan layanan secara online menggunakan website, aplikasi Android ataupun iOS. Anda juga dapat melakukan cek ongkir J&T, mendapatkan promo maupun lokasi counter J&T.

1. Visi dan Misi Perusahaan
	1. Visi Perusahaan

Memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa titipan/ cargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka dan dipercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia, serta mensejahterakan masyarakat kurang mampu.

* 1. Misi Perusahaan
		1. Menyediakan produk jasa angkutan/titipan keseluruh pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan customer.
		2. Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk berkonstribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.
		3. Menjalankan bisnis kargo atau jasa titipan dan manajemen resiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal.
		4. Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.
		5. Berusaha dan bekerja dengan semangat, bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham.
		6. Turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dengan memberi santunan kepada anak yatim piatu dan kaum dhuafa.
		7. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah ke bawah dengan penghasilan maksimal.
		8. Membantu pemerintah dalam peningkatan ekonomi rakyat dengan pendistribusian barang-barang kebutuhan rakyat sampai ke pelosok tanah air dengan harga yang terjangkau.
	2. Motto Perusahaan
		1. Melayani pelanggan secara terpadu, cepat dana dan sampai tujuan.
		2. Kepuasan pelanggan adalah harapan dan keluhan pelanggan adalah motivasi untuk memperbaiki diri.
1. Deskripsi Responden

Sebelum melakukan penulisan, peneliti akan menjelaskan mengenai data - data responden yang digunakan peneliti sebagai sampel yang diambil dari Pelanggan J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 responden atau pengguna. Pernyataan yang diajukan kepada responden mengenai Kepuasan Pengguna, Kualitas layanan, Citra Merek dan *Customer Value*. Dapat diperoleh karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Tujuan dari pengelompokan responden ini adalah untuk mengetahui dengan jelas karakteristik responden sebagai objek penelitian.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditujukan dalam tabel berikut :

Tabel IV. 1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Kelamin | Frekuensi (Orang) | Presentase (%) |
| 1. | Laki-Laki | 40 | 40 |
| 2. | Perempuan | 60 | 60 |
|  | Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Gambar IV. 1

Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data tabel dan gambar diagram diatas, menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin data responden pengguna jasa J&T Express yang paling rendah adalah laki-laki sebesar 40 orang (40%) dan yang paling mendominasi adalah perempuan sebesar 60 orang (60%). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih konsumtif dan sering menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel IV. 2

Responden Berdasarkan Usia

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Usia | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
| 1. | ≤ 20 Tahun | 16 | 16 |
| 2. | 21 - 30 Tahun | 73 | 73 |
| 3. | 30 - 40 Tahun | 5 | 5 |
| 4. | 40 Tahun | 6 | 6 |
|  | Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

Gambar IV. 2

Diagram Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data tabel dan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa berdasarkan usia data responden pengguna jasa J&T Express yang paling rendah adalah usia 30-40 Tahun berjumlah 5 orang (5%) dan yang paling dominan adalah usia 21 - 30 Tahun berjumlah 73 orang (73%). Hal ini disebabkan oleh faktor dimana di usia muda biasanya seseorang memiliki kesenangan yang cukup banyak dibanding pada umur tua.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir ditujukan dalam tabel berikut:

Tabel IV. 3

Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Usia | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
| 1.  | Pendidikan SMP | 2 | 2 |
| 2. | Pendidikan SMA/SMK | 67 | 67 |
| 3. | Pendidikan D3 | 8 | 8 |
| 4. | Pendidikan S1 | 18 | 28 |
| 5. | Pendidikan S2 | 5 | 5 |
|  | Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: data primer yang diolah tahun 2022

Gambar IV. 3

Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data tabel dan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa berdasarkan pendidikan data responden pengguna jasa J&T Express yang paling rendah adalah SMP sebesar 2 orang (2%) dan yang paling dominan adalah SMA/SMK sebesar 61 orang (61%). Hal tersebut terjadi karena kebanyakan pelanggan pendidikan terakhir SMA/SMK sering jual beli jarak jauh menggunakan jasa pengiriman J&T Express dan semakin tinggi pendidikan tidak menjamin akan melakukan jual beli pada pengiriman barang atau jasa.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir ditujukan dalam tabel berikut :

Tabel IV. 4

Responden Berdasarkan Pekerjaan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Usia | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
| 1. | Pelajar/Mahasiswa | 48 | 48 |
| 2. | PNS | 7 | 7 |
| 3. | Wirausaha | 10 | 10 |
| 4. | Karyawan Swasta | 22 | 22 |
| 5.  | Yang Lain | 13 | 13 |
|  | Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Gambar IV. 4

Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan yang paling sedikit adalah PNS sebesar 7 orang (7%) dan yang paling dominan adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 48 orang (48%). Hal ini disebabkan pelajar/mahasiswa yang lebih potensial menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendapatan ditujukan dalam tabel berikut :

Tabel IV. 5

Responden Berdasarkan Pendapatan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Usia | Jumlah (orang) | Presentase (%) |
| 1. | ≤ 1.000.000 | 41 | 41 |
| 2. | Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 | 25 | 25 |
| 3. | Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000 | 16 | 16 |
| 4. | ≥ Rp 4.000.000 | 18 | 18 |
|  | Jumlah | 100 | 100 |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2022

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

Gambar IV. 5

Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan tabel dan gambar diatas, menunjukkan bahwa responden berdasarkan pendapatan terakhir yang paling sedikit adalah Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000 sejumlah 16 orang (16%) dan yang paling dominan adalah ≤ 1.000.000 sejumlah 41 orang (41%). Hal ini menujukkan kalangan orang yang memiliki pendapatan yang sedang sebagai salah satu kelompok pengguna jasa J&T Express.

1. Hasil Uji Asumsi Klasik
2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak normal. Dilihat dari uji non-parametik Kolmogorov Smirnov (KS). Berikut adalah hasil pengujian normalitas dengan prgram SPSS statistics 23.

Gambar IV. 6

Grafik Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas

Grafik di atas menunjukkan titik-titik data menyebar di sekitar mengikuti diagonal. Semakin titik-titik menyebar garis diagonal maka menunjukan data terdistribusi normal. Berdasarkan hasil di atas maka dapat dikatakan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tabel IV. 6 Hasil Uji Normalitas

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 100 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 2.09962947 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .077 |
| Positive | .077 |
| Negative | -.048 |
| Test Statistic | .077 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .151c |

 |

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.6 diatas diperoleh (2-*tailed*) sebesar 0,151 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa residual dari persamaan regresi ini berdistribusi normal.

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikonearitas digunakan untuk mengetahui apakah modal analsisi regresi memiliki korelasi antar variable independen dengan cara menganalisis nilai tolerance dari nilai VIF ( *Variance Inflation Factor*). Apabila nilai tolerance < 0,10 dan VIF < 10,00 maka dapat terjadi multikolinearitas. Adapun hasil dari pengolahan SPSS, sebagai berikut:

Tabel IV. 7

 Hasil Uji Multikolinieritas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | Tolerance | VIF | Keterangan |
| Kualitas Layanan (X1) | 0,289 | 3,465 | Tidak ada Multikoleniaritas |
| Citra Merek (X2) | 0,299 | 3,339 | Tidak ada Multikoleniaritas |
| *Customer Value* (X3) | 0,336 | 2,978 | Tidak ada Multikoleniaritas |

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Menurut tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel tidak terdapat penyimpangan atau tidak terjadi multikolinieritas, hal ini dikarenakan seluruh variabel mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00.

1. Uji Heterokedastisitas

Adanya heteroskedastisitas dapat dideteksi menggunakan uji Glejser, apabila Sig > 0,05 tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil dari pengolahan SPSS, sebagai berikut:

Tabel IV. 8

Hasil Uji Heteroskedastisitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Sig | Keterangan |
| Kualitas Layanan (X1) | 0,730 | Tidak ada Heterokedastisitas |
| Citra Merek (X2) | 0,829 | Tidak ada Heterokedastisitas |
| Customer Value (X3) | 0,177 | Tidak ada Heterokedastisitas |

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

Dari hasil uji heterskedastisitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikan > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun grafik hasil pengujian heteroskedastistas dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar IV. 7

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil grafik diatas menunjukkan titik menyebar secara acak dan ke berbagai tempat tidak membentuk pola yang teratur, serta tersebar di segala arah, baik diatas maupun dibawah angka 0. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model dan data layak untuk digunakan analisis regresi.

1. Hasil Uji Hipotesis
2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk membaca seberapa besar hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program *statistic* SPSS 23. Adapun hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel IV. 9

Hasil Analisis Regresi Berganda

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1.594 | 2.015 |  | .791 | .431 |
| X1 = Kualitas Layanan | .334 | .122 | .325 | 2.734 | .007 |
| X2 = Citra Merek | .273 | .137 | .234 | 2.002 | .048 |
| X3 = Customer Value | .316 | .123 | .283 | 2.570 | .012 |
| 1. Dependent Variable: Y = Kepuasan Pengguna
 |

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

Y = 1,594 + 0,334 X1 + 0,273 X2 + 0,316 X3 + e

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

* + 1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,594, menunjukan bahwa variabel independen yaitu kualitas layanan(X1), citra merek (X2) dan *customer value* (X3), ) dianggap konstan atau sama dengan nol, maka variabel Kepuasan Pengguna pengguna sebesar 1,594 dan menunjukkan hasil yang positif..
		2. Koefisien regresi variabel kualitas layanan (b1) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,334. Jika nilai koefisien variabel kualitas layanan mengalami kenaikan, sementara variabel citra merek dan *customer value* diasumsikan nilai tetap atau sama dengan nol, maka nilai kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,334 dan menunjukkan hasil positif.
		3. Nilai Koefisien citra merek (b2) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,273. Jika nilai koefisien variabel citra merek mengalami kenaikan, sementara variabel kualitas layanan dan *customer value* diasumsikan nilai tetap atau sama dengan nol, maka nilai kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,273 dan menunjukkan hasil positif.
		4. Nilai Koefisien *customer value* (b3) dari perhitungan regresi linier berganda nilai *coefficients* (b) = 0,316. Jika nilai koefisien variabel *customer value* mengalami kenaikan, sementara variabel kualitas layanan dan citra merek diasumsikan nilai tetap atau sama dengan nol, maka nilai kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,316 dan menunjukkan hasil positif.
1. Uji F

Digunakan untuk menguji atau membuktikan hubungan antara variabel independen yaitu X1 (kualitas layanan), X2 (citra merek) dan X3 (*customer value*) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan pengguna (Y). Berdasarkan analisis data dengan program SPSS *statistics* 23 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 10

Hasil Uji F

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 677.804 | 3 | 225.935 | 49.697 | .000b |
| Residual | 436.436 | 96 | 4.546 |  |  |
| Total | 1114.240 | 99 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Y = Kepuasan Pengguna |
| b. Predictors: (Constant), X3 = Customer Value, X2 = Citra Merek, X1 = Kualitas Layanan |

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Ho dan Ha

Ho: β1 = β2= β3 = 0, artinya variabel independen kualitas layanan (X1) secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan pengguna.

Ha: β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0, artinya variabel independen kualitas layanan (X1) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan pengguna.

1. Menentukan *level of significance* 𝛼 = 0,05 (5%)

Ftabel = 𝛼 (k-1; n-k)

= 0,05 (4-1; 100-4)

= 0,05 (3;96)

= 2,70

1. Kriteria pengujian

49.697

2,70

Gambar IV. 8

Hasil Uji F

Ho diterima : Fhitung ≤ Ftabel (α,k-1, n-k)

Ho ditolak : Fhitung > Ftable (α,k-1, n-k)

1. Perhitungan nilai F

Diketahui hasil Fhitung adalah sebesar 49.697 dari analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.

1. Keputusan

 Pada tabel dan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa nilai fhitung> Ftabel (49,697 > 2,70) dan nilai sig. uji F sebesar 0,000 < 0,05, berarti Ho ditolak, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, citra merek dan *customer value* terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta.

1. Uji t

Uji t untuk menguji signifikan secara parsial pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari kualitas layanan (X1), citra merek (X2) dan *customer value* (X3) terhadap variabel Kepuasan pengguna (Y). Dengan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 23 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 11

Hasil Uji t

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1.594 | 2.015 |  | .791 | .431 |
| X1 = Kualitas Layanan | .334 | .122 | .325 | 2,734 |  ,007 |
| X2 = Citra Merek | .273 | .137 | .234 | 2,002 | ,048 |
| X3 = Customer Value | .316 | .123 | .283 | 2,570 | ,012 |
| 1. Dependent Variable: Y = Kepuasan Pengguna
 |

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2022

* 1. Pengujian signifikansi pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Langkah-langkah pengujian:

* + - 1. Perumusan Hipotesis

Ho: β1 = 0, artinya variabel kualitas layanan (X1)tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Ha: β1 ≠ 0, variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa (Y).

* + - 1. Menentukan *level of signifikansi* 𝛼 = 0,05

ttabel = (𝛼/2 ; n – k - 1)

= (0,05/2 ; 100 – 3 - 1)

 = (0,025 ; 96)

= 1,984

* + - 1. Kriteria pengujian

-1,984

1,984

Gambar IV. 9

Hasil Uji t

Ho diterima apabila – 1,984 ≤ thitung ≥ 1,984

Ho ditolak apabila thitung ≥ 1,984 atau thitung ≤ – 1,984

* + - 1. Menentukan nilai thitung

 Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS maka dapat diketahui bahwa variabel independen kualitas layanan yaitu sebesar 2,734

* + - 1. Keputusan Pengujian

 Pada variabel kualitas layanan hasil nilai thitung > ttabel yaitu sebesar 2,734 ≥ 1,984 dan signifikasi 0,007 ≤ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya secara parsial variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta.

* 1. Pengujian signifikansi pengaruh citra merek (X2) terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Langkah-langkah pengujian:

* + - * 1. Perumusan Hipotesis

Ho: β1 = 0, artinya variabel citra merek (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Ha: β1 ≠ 0, variabel citra merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna signifikan terhadap Kepuasan pengguna (Y)

* + - * 1. Menentukan level of signifikansi 𝛼 = 0,05

ttabel = (𝛼/2 ; n – k - 1)

= (0,05/2 ; 100 – 3 - 1)

 = (0,025 ; 96)

= 1,984

* + - * 1. Kriteria pengujian



1,984

-1,984

Gambar IV. 10

Hasil Uji t

Ho diterima apabila – 1,984 ≤ thitung ≥ 1,984

Ho ditolak apabila thitung ≥ 1,984 atau thitung ≤ – 1,984

* + - * 1. Menentukan nilai thitung

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS maka dapat diketahui bahwa variabel independen citra merek yaitu sebesar 2,002

* + - * 1. Keputusan Pengujian

Pada variabel citra merek hasil nilai thitung> ttabel yaitu sebesar 2,002 ≥ 1,984 dan signifikasi 0,048 ≤ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya secara parsial variabel citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta.

* 1. Pengujian signifikansi pengaruh *customer value* (X3) terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Langkah-langkah pengujian:

* + - * 1. Perumusan Hipotesis

Ho: β1 = 0, artinya variabel *customer value* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Ha: β1 ≠ 0, variabel *customer value* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna (Y)

* + - * 1. Menentukan level of signifikansi 𝛼 = 0,05

ttabel = (𝛼/2 ; n – k - 1)

= (0,05/2 ; 100 – 3 - 1)

 = (0,025 ; 96)

= 1,984

* + - * 1. Kriteria pengujian



1,984

-1,984

Gambar IV. 11

Hasil Uji t

Ho diterima apabila – 1,984 ≤ thitung ≥ 1,984

Ho ditolak apabila thitung ≥ 1,984 atau thitung ≤ – 1,984

* + - * 1. Menentukan nilai thitung

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS maka dapat diketahui bahwa variabel independen *customer value* yaitu sebesar 2,570

* + - * 1. Keputusan Pengujian

Pada variabel kualitas layanan hasil nilai thitung> ttabel yaitu sebesar 2,570 ≤ 1,984 dan signifikasi 0,012 ≤ 0,05, Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya secara parsial variabel *customer value* memiliki pengaruh positif dan signifikan Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta.

1. Koefieisien Determinasi (R2)

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan program SPSS *statistics 23,*  maka diperoleh hasil analisis data dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi (R2) sebagai berikut:

Tabel IV. 12

Hasil Analisis Koefieisien Determinasi (R2)

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .780a | .608 | .596 | 2.132 |
| * 1. Predictors: (Constant), X3 = Customer Value, X2 = Citra Merek, X1 = Kualitas Layanan
	2. Dependent Variable: Y = Kepuasan Pengguna
 |

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* (R2) dalam penelitian ini sebesar 0,596. kualitas layanan (X1), citra merek (X2) dan *customer value* (X3) mempunyai kontribusi terhadap variabel dependen Kepuasan pengguna jasa sebesar 59,6%. Sedangkan sisanya (100% - 59,6% = 40,4%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian atau variabel yang tidak diteliti.

1. Pembahasan

Hasil penelitian tentang variabel kualitas layanan, citra merek dan *customer value* terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta.

* + - 1. Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai Fhitung ≥ Ftabel (49,697 ≥ 2,70) dan nilai sig. uji F sebesar 0,000 ≤0,05, berarti Ho ditolak, yang artinya kualitas layanan, citra merek dan *customer value* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta. Dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, citra merek dan *customer value* secara simultan terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express cabang Serengan Kota Surakarta.

Dari hasil uji Koefisien Determinasi (R2) dapat diketahui nilainya sebesar 0,596, maka dapat diartikan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas layanan (X1), citra merek (X2) dan *customer value* (X3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan pengguna sebesar 0,596% atau 59,6 % sedangkan sisanya sebesar 40,4 % dipengaruhi oleh faktor lainnya.

* + - 1. Dari hasil uji t dengan maka dapat diketahui bahwa nilai thitung > ttabel, yang berarti bahwa ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
1. Pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan pengguna (Y)

 Dari hasil perhitungan uji t variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa J&T Express. Hal ini dilihat dari thitung sebesar 2,734 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,007. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas layanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

 Hasil penelitian mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Nastiti dan Astuti (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna, Haeriah dan Rahayu (2018) juga menyatakan bahwa kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna.

Kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan dalam memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan, maka akan menciptakan Kepuasan pengguna. Pengguna akan tetap menggunakan jasa secara berulang kali bahkan seterusnya dan tidak ingin beralih kepada pengiriman jasa lain. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna, sehingga kualitas layanan yang ada pada J&T Express dapat mendorong terciptanya Kepuasan pengguna.

1. Pengaruh citra merek (X2) terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Dari hasil perhitungan uji t variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna. Hal ini dilihat dari thitung sebesar 2,002 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,048.

Hasil penelitian mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanubari *et al.,* (2020) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna, Anggelina dan Rastini (2019) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna,

Citra merek penting untuk kesuksesan pemasaran dan penjualan produk. Ketika sebuah perusahaan memiliki citra merek positif yang kuat, maka pelanggan akan tetap setia pada perusahaan tersebut, maka citra merek tentunya harus tetap dijaga dan dipertahankan. Hal ini karena membangun sebuah merek membutuhkan waktu yang lama. Citra merek dapat dibangun dengan memperkenalkan berupa harga, logo atau istilah yang menarik untuk pelanggan. J&T Express adalah merek jasa pengiriman yang dapat melayani semua segmen, dikenal peduli dengan kebutuhan dan kemudahan berkirim paket melalui layanan gratis ongkir yang menjadi gaya hidup pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna, sehingga citra merek yang ada pada J&T Express dapat mendorong terciptanya Kepuasan pengguna.

1. Pengaruh customer value (X3) terhadap Kepuasan pengguna (Y)

Dari hasil perhitungan uji t variabel customer value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna. Hal ini dilihat dari thitung sebesar 2,570 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,012.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurhalimah dan Nurhayati (2019) juga menyatakan bahwa customer value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna, Andrian dan Fadillah (2021) juga menyatakan bahwa customer value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna.

*Customer value* akan mempengaruhi perilaku pelanggan, semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap J&T Express maka semakin besar Kepuasan pengguna. Customer value dengan Kepuasan pengguna erat kaitannya. Ketika pengguna merasa puas, mereka akan menggunakan produk atau jasa yang bersangkutan.

*Customer value* sangat mempengaruhi Kepuasan pengguna, pengguna akan membandingkan manfaat dan biaya. Mereka menggunakan jasa tersebut jika manfaatnya yang diberikan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, dan memberikan Kepuasan, maka penelitian ini menunjukkan bahwa *customer value* berpengaruh terhadap Kepuasan pengguna, sehingga *customer value* yang ada pada J&T Express dapat mendorong terciptanya Kepuasan pengguna.