

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
J&T EXPRESS DI KARANGANYAR**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :

CHORLANANDA PUTRI

NIM. 195211369

**PROGAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T
EXPRESS DI KARANGANYAR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Chori Ananda Putri
NIM. 195211369

Surakarta. 10 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing Skripsi



Dr Ika Yoga, S.E., M.M.
NIP 19790604 201403 1 001

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chori Ananda Putri
Nim : 195211369
Progam Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Di Karanganyar".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb



SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : CHORI ANANDA PUTRI

NIM : 195211369

PRODI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Akses J&T Express Di Karanganyar"

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar – beber telah melakukan penelitian dan mengambil data responden pelanggan jasa J&T Express yang berdomisili di Karanganyar. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang seharusnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 10 April 2023


METERAN
TEMPEL
296AKX253384458
Chori Ananda Putri

Dr Ika Yoga, S.E., M.M.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdri : Chori Ananda Putri

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said
Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Chori Ananda Putri NIM.195211369 yang berjudul:

"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Di Karanganyar"

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkan permohonan ini disampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 10 April 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Dr Ika Yoga, S.E., M.M.

NIP. 19790604 201403 1 001

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN J&T EXPRESS
DI KARANGANYAR

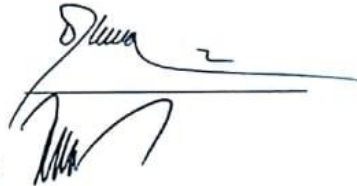
Oleh :

CHORLANANDA PUTRI
NIM. 19.52.11.369

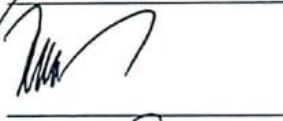
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 02 Mei 2023 M / 11 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
NIP. 19590812 198603 1 002



Penguji II
Dr. Awan Kostrad Diharto, S.E., M.Ag.
NIP. 19651225 200003 1 001




Penguji III
Asep Maulana Rohimat, S.H.I., M.S.I., CCC.
NIP. 19870307 201903 1 008



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTO

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”

(Q.S.Ghafir : 44)

“Lupakan seseorang yang membuatmu sakit, aku akan menemani mu setiap saat”

(Q.S.At-Taubah : 40)

“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita”

(Q.S.At-Taubah : 40)

Jika Allah mengambil sesuatu darimu

Bukan berarti Allah marah denganmu atau sedang menghukummu

Hanya saja Allah tau mana yang terbaik untukmu

Apa yang sudah terjadi adalah takdir dan setiap takdir adalah hal yang baik menurut Allah untukmu

Kita sebagai manusia tugasnya hanya meminta, untuk hasilnya biar Allah yang urus dan atur bagaimana baiknya

(Penaabira)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

Bapak Tri Haryono dan Ibu Nining Sundari

Kakakku Candra Bagas Kurniawan, Putri Wulandari, dan Anshori

Semua Keluargaku

Semua sahabatku Fira, Aan, dan Ismi

My Special Person

Teman-teman MBS I 2019

Teman-teman Prodi Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga dilancarkan semua urusan penulis dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Selama ini penulis merasa telah banyak mendapatkan dukungan, dorongan dan bimbingan dari banyak pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak – banyaknya kepada :

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Mohammad Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akutansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M., selaku Koodinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
5. Dr. Ika Yoga, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah memberikan banyak dukungan dan bimbingan selama penulis menyusun skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan banyak ilmu yang

bermanfaat selama penulis mengikuti Pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

7. Ibu, Bapak, dan Kakak – kakakku, terimakasih atas doa, motivasi dan pengorbanan yang tak pernah habis serta kasih sayangmu tak akan pernah penulis lupakan.
8. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 10 April 2023

Penulis

Chori Ananda Putri

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the quality of service, trust, and ease of access to customer satisfaction at J&T Express Karanganyar. The population in this study is a customer domiciled in Karanganyar Regency. The sample in this study is J&T Express service Customer. Respondents used in this study amounted to 100. This research method is a quantitative research method. The data analysis method used is test t. Data analyzed using IMB SPSS Statistic software version 24.

The results of the research show that : (1) The quality of service has an effect on J&T Express customer satisfaction. (2) Trust affects J&T Express customer satisfaction. (3) The ease of access has no effect on customer satisfaction.

Keywords : *Quality of service, Trust, Ease of access, Customer satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express Karanganyar. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berdomisili di Kabupaten Karanganyar. Sampel dalam penelitian ini adalah Pelanggan jasa J&T Express. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100. Metode penelitian ini adalah Metode penelitian kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah uji t Data dianalisis menggunakan software IBM *SPSS Statistic* versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. (2) Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. (3) Kemudahan akses tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Kepercayaan, Kemudahan akses, Kepuasan pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7

1.3	Batasan Masalah.....	7
1.4	Rumusan Masalah	8
1.5	Tujuan Penelitian.....	9
1.6	Manfaat Penelitian.....	9
1.7	Jadwal Penelitian	10
1.8	Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI		12
2.1	Kajian Teori.....	12
2.1.1	Kepuasan Pelanggan	12
2.1.2	Kualitas Pelayanan	13
2.1.3	Kepercayaan.....	15
2.1.4	Kemudahan Akses.....	18
2.2	Penelitian Yang Relevan	19
2.3	Kerangka Penelitian.....	24
2.4	Pengembangan Hipotesa	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3	Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1	Populasi.....	27

3.3.2	Sampel.....	27
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4	Data dan Sumber Data.....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6	Variabel Penelitian.....	31
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.8	Instrumen Penelitian.....	34
3.9	Teknik Analisis Data.....	35
3.9.1	Uji Statistik Deskriptif.....	35
3.9.2	Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.9.4	Uji Kelayakan Model.....	38
3.9.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.9.6	Uji Parameter Individual (Uji t).....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran umum penelitian.....	41
4.2	Karakteristik Data Responden.....	42
4.3	Teknik Analisis Data.....	45
4.3.1	Uji Statistik Deskripsi.....	45
4.3.2	Uji Instrumen Penelitian.....	46

4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.4	Uji Kelayakan Model	52
4.3.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.3.6	Uji Hipotesis.....	56
4.4	Hasil Pembahasan Analisis Data	58
4.4.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	58
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
4.4.3	Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
BAB V PENUTUP.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Keterbatasan Penelitian	63
5.3	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65
Lampiran		72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir	24
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir	4
Tabel 1. 2 Research Gap Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan	7
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3. 2 Kriteria Penskran Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan / Status.....	43
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskripsi.....	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearita	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Silmutan (Uji F).....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	54
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda.....	55

Tabel 4. 14 Hasil Uji T..... 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Jadwal Penelitian	73
Lampiran 1. 2 Kuesioner	74
Lampiran 1. 3 Jumlah Penduduk di Kabupaten Karanganyar menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa) tahun 2021	80
Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Penelitian	81
Lampiran 1. 5 Deskripsi Statistik.....	90
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Validitas	91
Lampiran 1. 7 Hasil Uji Reliabilitas	94
Lampiran 1. 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	96
Lampiran 1. 9 Hasil Uji Kelayakan Model	98
Lampiran 1. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	99
Lampiran 1. 11 Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian	100
Lampiran 1. 12 Daftar Riwayat Hidup.....	101
Lampiran 1. 13 Hasil Cek Plagiasi.....	102

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan *E-commerce* di Indonesia semakin hari semakin meningkat, karena gaya hidup masyarakat *modern* yang menginginkan semuanya menjadi praktis. Hal ini dibuktikan dengan data pemerintah yang mencatat nilai transaksi ekonomi pada *e-commerce* pada kuartal I – 2022 telah mencapai Rp 108,54 triliun. Capain tersebut mengalami pertumbuhan 23% dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu kata Susiwijono Moegiars pada rabu (3/8) Jakarta (Liputan6.com, 2022).

Perubahan gaya hidup dari membeli langsung dari vendor menjadi sekarang membeli secara online menjadikan jasa pengiriman produk menjadi penting dan dibutuhkan. Jasa pengiriman barang dagangan kini dibutuhkan oleh setiap pelaku bisnis online dan setiap konsumen ingin memastikan pengiriman barangnya yang aman, murah dan cepat. Meningkatnya jumlah konsumen yang berbelanja secara online menciptakan peluang yang menjanjikan bagi perusahaan jasa pengiriman barang (Fatmawati, 2020).

Salah satu cara agar dapat memenuhi kebutuhan pengiriman barang, hingga sekarang banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang, melakukan inovasi, dan meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik supaya kepuasan pelanggan terpenuhi dan dapat memenangkan persaingan antar perusahaan jasa pengiriman barang (Prihandoyo, 2019).

Menurut Mawey, Tumbel & Ogi (2018), Kepuasan Pelanggan ialah kepuasan yang dianggap sebagai dan sejauh mana produk atau pelayanan sudah diberikan oleh perusahaan dengan memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan juga dapat dihasilkan dari suatu yang diperoleh para pelanggan selama ini dan kemudian diproses secara konsumsi. Dari ekspektasi – ekspetasi dikonfirmasi paradigma yang sudah dibangun atas harapan dan niat para pelanggan yang sudah membentuk suatu harapan tentang produk atau pelayanan sebelum dikonsumsi. Namun, telah terjadi perdebatan yang mungkin dipengaruhi oleh kepuasan terhadap pelanggan dikarenakan definisi para pelanggan yang sudah beragam harapan serta masalah yang menjadi pengukurannya (Mahendra & Indriyani, 2018).

Apabila kepuasan yang didapatkan konsumen terhadap barang atau jasa tersebut memenuhi atau lebih dari harapannya, maka konsumen cenderung akan memakai ulang produk atau jasa dari perusahaan. Sebaliknya jika konsumen tidak mendapatkan kepuasan dari produk atau jasa tersebut maka konsumen akan kehilangan minat untuk kembali memakai ulang produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Maka kepuasan dapat disebut sebagai alat ukur keberhasilan suatu usaha perusahaan (Sambodo, 2021).

Suatu perusahaan harus dapat memenuhi kepuasan pelanggan agar para konsumen terus – menerus memakai produk atau jasa perusahaan, untuk memenuhi kepuasan pelanggan ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan, seperti persepsi harga, kualitas pelayanan, pengamanan, metode pembayaran. Faktor – faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Istiana, 2021).

Langkah pertama dalam mencapai kepuasan pelanggan adalah memberikan pelayanan yang berkualitas. Bagi perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor penting agar konsumen dapat menggunakan kembali jasa perusahaan dengan memberikan pelayanan yang ramah, baik dan sopan sehingga membuat konsumen merasa puas dan puas. Kualitas Pelayanan merupakan upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Atmaja, 2018).

Perusahaan harus mampu berkuminkasi yang efektif, dengan kemampuan berkomunikasi efektif akan membantu pelanggan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang menciptakan kepercayaan pada perusahaan. Kepercayaan pelanggan merupakan faktor pertama yang menjadi suatu pertimbangan dalam membeli suatu produk/jasa. Perusahaan harus mampu menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan agar dapat menarik perhatian serta menimbulkan minat dan keyakinan pelanggan terhadap produk / jasa yang dipasarkan (Septiani & Widayatsari, 2020).

Di zaman modern ini, manusia telah menggunakan teknologi yang ada untuk melakukan banyak aktivitas. Kemudahan penggunaan atau *aksesibilitas* adalah tingkat di mana seseorang dapat mempercayai bahwa sistem tidak akan sulit untuk digunakan. Persepsi kemudahan akses adalah harapan konsumen terhadap apa yang telah dikeluarkan untuk membeli suatu barang atau jasa (Yohani & Jannah, 2022).

Di Indonesia sudah banyak perusahaan jasa pengiriman barang. Tingginya permintaan pengiriman barang membuat perusahaan jasa pengiriman barang harus memiliki strategi khusus untuk mendapatkan pelanggan.

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir

BRAND	TBI 2022
JNE	39,3 %
J&T	23,1 %
TIKI	11,1 %
Pos Indonesia	8,5 %
DHL	6,9 %

Sumber : (AWARD, 2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat Top brand indeks di Indonesia. Dalam tabel menunjukkan bahwa kategori layanan jasa kurir yang menempati peringkat pertama yaitu JNE dengan nilai 39,3 %, diurutan kedua yaitu J&T dengan nilai 23,1%, diurutan ketiga yaitu TIKI dengan nilai 11,1%, diurutan keempat yaitu Pos Indonesia dengan nilai 8,5%, diurutan terakhir yaitu DHL dengan nilai 6,9%. Banyaknya keluhan pelayanan pengiriman paket yang lambat dari pelanggan J&T menjadi faktor utama, kenapa J&T tidak menduduki peringkat pertama pada tabel Top brand indeks di Indonesia (Hardiantoro, 2022).

Hasil wawancara dari beberapa pelanggan J&T, menurut Anshori adanya keterlambatan datangnya barang yang seharusnya datang pada hari selasa (3/1/2023)

tetapi malah datang pada hari kamis (5/1/2023). Menurut Novitasari adanya tindakan kurang mengenakan dari oknum admin yang membuat pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan di J&T Express.

Beberapa penelitian tentang kepuasan pelanggan telah dilakukan dan peneliti ini mengembangkan research gap perbedaan pendapat dari beberapa penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Prastio (2021), menyimpulkan terdapat pengaruh langsung yang positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Cabang Dinoyo Malang dan kualitas pelayanan yang dilakukan dengan baik, sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Handoko (2017), memiliki hasil yang sama yaitu terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT Maxim Houseware Indonesia Medan. Besarnya pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen adalah sebesar 63,6%.

Bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Lestariningsih (2021), menyatakan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang disebabkan driver ojek online kurang memahami bahwa transaksi online merupakan aktivitas atas kepercayaan, driver ojek online kurang memahami elektronik bisnis dan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Ojek Online di Banyuwangi.

Penelitian yang dilakukan Widjaja & Araufi (2020), menyimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan CV Putra Wangi Sumedang Tour And Travel. Seperti penelitian Tirtayasa

dkk (2021), menunjukkan hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan atau pelaku bisnis maka semakin baik tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Sama halnya dengan Yohani & Jannah (2022), menyimpulkan berdasarkan hasil uji secara simultan dan parsial didapat hasil bahwa secara bersama-sama variable Kemudahan Akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Kisaran. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Erina (2021), menyimpulkan bahwa Kemudahan Akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, maka dapat diketahui bahwa baik Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses memiliki hubungan yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Akan tetapi terdapat pendapat lain yang berbeda, yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses terhadap Kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T EXPRESS DI KARANGANYAR”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan data dan teori latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi bahwa diperlukan strategi untuk mengatasi persaingan pada industri jasa pengiriman barang yang berkembang pesat. Oleh karena itu, J&T Express perlu mengkaji mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat menepati sebagai perusahaan jasa pengiriman barang nomor satu di Indonesia. Dengan data yang dipaparkan pada latar belakang diatas, berdasarkan dari research gap penelitian sebelumnya terdapat perbedaan pendapat dari beberapa peneliti :

Tabel 1. 2 Research Gap Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Kualitas Pelayanan	Positif	Prastio (2021), Handoko (2017)
	Tidak Signifikan	Lestariningsih (2021)
Kepercayaan	Positif	Widjaja & Araufi (2020), Tirtayasa dkk (2021)
	Tidak Signifikan	Lestariningsih (2021)
Kemudahan Akses	Positif	Yohani & Jannah (2022)
	Tidak Signifikan	Erina (2021)

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan

memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan hanya di J&T Express wilayah Karanganyar.
2. Sampel dari penelitian merupakan pengguna J&T Express yang berada di wilayah Karanganyar.
3. Penelitian dilakukan hanya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar ?
3. Apakah terdapat pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas dapat disimpulkan yujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Solo Raya dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya pada bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan sebagai dasar pengembangan strategi pemasaran oleh perusahaan. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau pengetahuan ketika menggunakan jasa.

1.7 Jadwal Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Januari 2023 hingga bulan April 2023.

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori yang nantinya membantu dalam analisis hasil – hasil penelitian, penelitian yang relevan, kerangka penelitian, dan pengembangan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variable penelitian, definisi operasional variable, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta sasara-sasatan yang mungkin nantinya berguna bagi organisasi maupun ilmu pengetahuan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan merupakan tujuan utama dalam proses pemasaran, karena melalui kepuasan pelanggan kita dapat mengukur strategi pemasaran yang dijalankan berjalan dengan baik atau tidak. Westbrook & Reilly dalam (Fandy Tjiptono, 2014) “Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman – pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan”.

Menurut Kotler & Armstrong (2006), Kepuasan Pelanggan (*customer satisfaction*) tergantung pada kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Dan jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono & Candra (2012), terdapat indikator kepuasan pelanggan yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1) Kesesuaian Harapan

Yakni kesesuaian antara pelayanan jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

2) Minat Berkunjung Kembali

Yakini kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

3) Kesediaan Merekomendasikan

Yakni kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan yaitu jasa yang diberikan oleh perusahaan berupa daya tanggap dan realitas. Menurut Tjiptono (2014), kualitas jasa atau pelayanan merupakan pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Mawey, Tumbel & Ogi, (2018), menjelaskan Kepuasan Pelanggan merupakan kepuasan yang dianggap sebagai dan sejauh mana produk atau pelayanan sudah diberikan oleh perusahaan dengan memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan juga dapat dihasilkan dari suatu yang diperoleh para pelanggan selama ini dan kemudian diproses secara konsumsi. Bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk atau jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Hermen Jan Van (2009), mengemukakan 5 dimensi indicator dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu :

1) Tangibles (Wujud)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan yang dapat dirasakan secara langsung oleh pelanggan, seperti armada yang memadai dan tempat yang mudah dijangkau.

2) Reliability (Keandalan)

Yaitu kemampuan admin dan kurir memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan janji yang ditawarkan perusahaan.

3) Responsiveness (Tanggung Jawab)

Yaitu ketepatan dalam pengiriman barang pada waktu pengiriman kurir kepada pelanggan.

4) Empaty (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan dekat dengan pelanggan, agar dapat mengetahui kebutuhan serta keinginan dari pelanggan.

5) Assurance (Jaminan)

Yaitu kepastian yang didapatkan oleh pelanggan dari perilaku pelaku bisnis, seperti jika ada kehilangan dan kerusakan barang maka barang tersebut diganti. Dengan adanya jaminan maka kepercayaan pelanggan akan meningkat.

2.1.3 Kepercayaan

a. Definisi Kepercayaan

Mahendra & Indriyani (2018), menjelaskan kepercayaan pelanggan merupakan pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung.

Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan, dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji dan pernyataan orang lain dapat dipercaya. Pelanggan yang percaya terhadap suatu perusahaan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan yang akhirnya akan membuat pelanggan mempertahankan hubungannya dengan perusahaan dan tetap menjalin ikatan emosional yang kuat (Mawey dkk, 2018)

b. Indikator Kepercayaan

Menurut Reza (2016) terdapat tiga indikator kepercayaan konsumen pada suatu jasa tertentu, yaitu :

1) Kemampuan (Ability)

Kemampuan merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk memenuhi kebutuhannya.

2) Kebaikan hati (Benevolence)

Kebaikan hati merupakan kemampuan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan pelanggan

3) Integritas (Integrity)

Integritas seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan / pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.

c. Mengembangkan Kepercayaan

Menurut Priansa, (2017:122) strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dan pemasar dalam rangka membangun kepercayaan konsumen adalah :

1) Integritas

Integritas pada dasarnya berarti kejujuran bagi banyak orang, integritas artinya keterpaduan. Berani bertindak menurut keyakinan, konsisten luar dalam.

2) Niat

Dalam menjalankan tugas kewajiban seseorang yang melakukan aktivitas bisnis perlu mengawalinya dengan niat yang ikhlas. Yang sangat menentukan arah suatu pekerjaan adalah niat.

3) Kemampuan

Menginspirasi keyakinan, bakat-bakat, sikap, keterampilan, pengetahuan, dan gaya merupakan kemampuan yang dimiliki.

4) Hasil

Pada prestasi, kinerja, keberhasilan menjadikan segalanya yang benar terlaksana adalah hal yang mengacu.

2.1.4 Kemudahan Akses

a. Definisi Kemudahan Akses

Menurut Yohani & Jannah (2022), Kemudahan penggunaan atau *aksesibilitat* adalah tingkat dimana seseorang dapat mempercayai bahwa system tidak akan sulit untuk digunakan. Persepsi kemudahan akses adalah keyakinan tentang siklus pengambilan keputusan. Dengan asumsi seseorang menerima bahan informasi dan aplikasi tidak sulit untuk digunakan atau cukup mudah dilihat maka dia akan menggunakannya (Jogiyanto, 2016).

b. Indikator Kemudahan Akses

Jimenez (2016), mengemukakan bahwa kemudahan terdiri dari tiga indikator, yaitu:

1) Mudah untuk dipelajari

Merupakan kondisi dimana kemudahan yang dirasakan bahwa suatu system yang baru mudah untuk dipelajari

2) Mudah untuk didapatkan

Merupakan suatu kondisi dimana sistm baru yang akan digunakan mudah untuk diperoleh.

3) Mudah untuk dioperasikan

Merupakan kondisi dimana system baru yang akan digunakan akan mudah dalam pengoperasiannya.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan antara lain dilakukan oleh :

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan

No	Identitas Penelitian	Teknik Analisis/Metode	Hasil
1	<p>Nama Peneliti : (Wahyono & Ardiansyah, 2021)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood</p> <p>Jurnal Jurnal Manajemen UNSI Vol 6 No 1 Agustus 2021</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas layanan digital yang ada berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Promosi yang ada berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan yang ada berpengaruh signifikan, jadi ketiga variable penelitian ini berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
2	<p>Nama Peneliti : (Yohani & Jannah, 2022)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bank Muamalat KCP Kiasaran.</p> <p>Jurnal :Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi</p>	<p>Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis kuantitatif</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Berdasarkan hasil uji secara simultan dan persial didapat hasil bahwa kemudahan akses berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

No	Identitas Penelitian	Teknik Analisis/Metode	Hasil
	<p>dan Manajemen (JIKEM) Vol. 2 No. 1 Tahun 2022 Hal : 844-853</p>		
3	<p>Nama Peneliti : (Saputra dkk., 2021)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bengkulu Cabang Pembantu Girimulya</p> <p>Jurnal : Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan (Jurnal EMAK) Vol. 2 No. 1 Januari 2021 Hal. 81-95</p>	<p>Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kausal dengan teknik kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian secara parsial variable kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. - Hasil penelitian secara simultan variable kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4	<p>Nama Penelitian : (Windiarti, 2022)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BCA KCP Jakarta 26</p> <p>Jurnal : International Journal of Economics, Business and</p>	<p>Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. - Hasil penelitian ini kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan. - Jadi Hasil secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

No	Identitas Penelitian	Teknik Analisis/Metode	Hasil
	Accounting Research (IJEBAK) Vol. 6 No. 4 Tahun 2022 Hal 1852-1864		
5	<p>Nama Peneliti : (Herman, 2022)</p> <p>Judul Penelitian : Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Di Institusi Pendidikan</p> <p>Jurnal : International Journal of Business and Social Science (ADPEBI) Vol.2 No.1 April 2022 Hal 39-45</p>	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskripti dan analisis kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil dari penelitian ini kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6	<p>Nama Peneliti : (Erina, 2021)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk</p>	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis data berupa angka dan diolah dengan menggunakan statistik	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor kemudahan akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. - Faktor kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Faktor Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
7	<p>Nama Peneliti : (T Sarifuddin, 2022)</p>	Penelitian ini menggunakan explanatory yaitu penelitian untuk	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian baik secara simultan maupun parsial bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

No	Identitas Penelitian	Teknik Analisis/Metode	Hasil
	<p>Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pembelian Sepeda Motor Pada CV. Sulawesi Tengah Motor Palu</p> <p>Jurnal : International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS) Vol.4 N0.2 Tahun 2022 Hal 106-112</p>	<p>menguji hubungan sebab akibat antara variable-variabel yang dihipotesiskan. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda</p>	<p>terhadap kepuasan pelanggan.</p>
8	<p>Nama Peneliti : (Tumangkeng dkk, 2022)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Jaringan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jaringan Indihome Di PT. Telkom Langowan (Studi Kasus Di Desa Manembo)</p> <p>Jurnal : Jurnal EMBA Vol.10 N0.4 Oktober 2022 Hal. 1708-1717</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas jaringan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Secara simultan variable kualitas produk, kualitas jaringan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
9	<p>Nama Peneliti : (Masiaga dkk, 2022)</p>	<p>Jenis penelitian yang digunakan dalam</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Keamanan secara simultan dan parsial berpengaruh

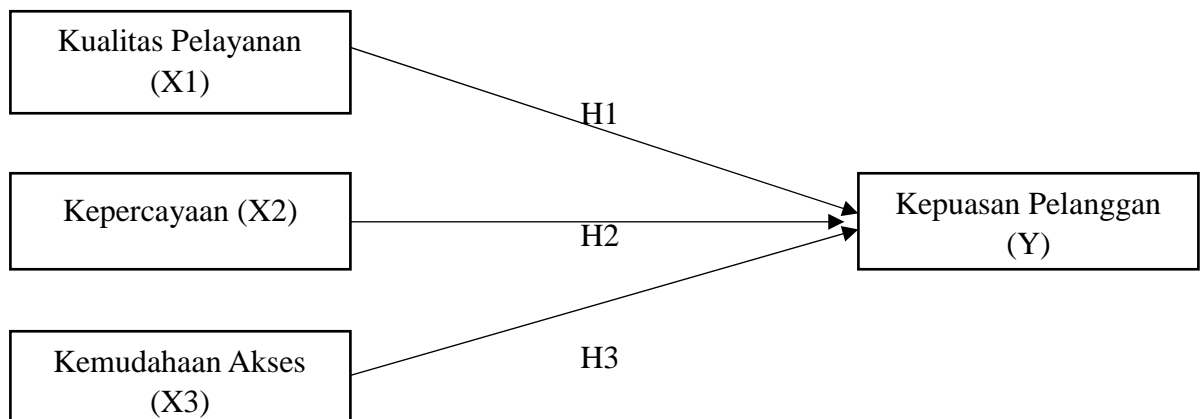
No	Identitas Penelitian	Teknik Analisis/Metode	Hasil
	<p>Judul Penelitian : Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Manado Yang Berbelanja Secara Online Lazada.com</p> <p>Jurnal : Jurnal EMBA Vol.10 No.2 April 2022 Hal. 900-910</p>	<p>penelitian ini adalah metode asosiatif. Analisis data menggunakan uji F, uji t untuk pengujian hipotesis dan analisis regresi linear berganda</p>	<p>positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan secara simultan dan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
10	<p>Nama Peneliti : (Othman dkk, 2019)</p> <p>Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Umrah Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Agen Perjalanan Umrah Di Malaysia</p> <p>Jurnal : Growing Science Vol.9 No.11 Juni 2019 Hal. 1763-1772</p>	<p>Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskripsi responden</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
11	<p>Nama Peneliti : (Herawati dkk, 2022)</p> <p>Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Acces Terhadap Kepuasan Konsumen</p>	<p>Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dan menggunakan tahap uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis linier</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. - Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh

No	Identitas Penelitian	Teknik Analisis/Metode	Hasil
	PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Jurnal : Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR) Vol.1 No.6 Oktober 2022 Hal. 1381-1406	berganda, uji koefisien determinasi, uji T dan uji F	signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2.3 Kerangka Penelitian

Penelitian ini bermaksud mengukur pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. Berdasarkan landasan teori dan penelitian yang relevan yang telah diuraikan di atas, maka terbentuklah kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir



1. Variabel independent (bebas) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), dan kemudahan akses (X3).
2. Variabel dependent dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y)

Kerangka berfikir diatas menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguji terdapat atau tidaknya pengaruh dari kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), Kemudahan akses (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2.4 Pengembangan Hipotesa

Hipotesis adalah jawaban awal dari pernyataan masalah penelitian, yang dirumuskan dalam bentuk pernyataan – pernyataan. Jawaban – jawaban yang diberikan dikatakan sementara karena hanya didasarkan pada teori yang masuk akal dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui data, juga dapat dirumuskan sebagai jawaban teoritis atas rumusan pernyataan penelitian daripada sebagai jawaban teoritis (Sugiyono, 2013). Berdasarkan uraian kerangka piker dan hasil kajian di atas, maka penelitian mengajukan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express

Hasil peneltian Saputra, dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Sri Windiarti dan Suwandi (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Sariffudin T (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil

penelitian Othman, dkk (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express

Hasil penelitian Wahyono dan Ardiansyah (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Tumangkeng, dkk (2022) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Masiaga, dkk (2022) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express

Hasil penelitian Yohani dan Jannah (2022) menyatakan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil Herawati, dkk (2022) menyatakan bahwa kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3 : Kemudahan Akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat menyatakan hubungan pengaruh karena bertujuan untuk meneliti dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Karanganyar.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna jasa J&T Express di Karanganyar. Waktu penelitian yang digunakan dalam Menyusun proposal hingga terlaksananya laporan penelitian yakni Januari 2023 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013), bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah pengguna jasa J&T Express di Karanganyar.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013), bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti

tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel dalam penelitian ini adalah sebgayaan pengguna jasa J&T Express di Karanganyar.

Karena populasi pengguna jasa J&T Express di Karanganyar tidak diketahui jumlahnya, dengan pertimbangan karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow (Resti dkk, 2020).

atau tidak terhingga

$$n = \frac{Z_{\alpha} \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevalensi outcome, karena data didapatkan, maka dipakai 50%

Q = 1 - P

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1,96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$

Dari perhitungan diatas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013), bahwa pengambilan sampel dapat didefinisikan keterbatasan data, tenaga dan waktu, sehingga dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi, melalui memeriksa sebagian saja. Teknik mengambil sampel (sampling) merupakan teknik pengambilan sampel untuk menerima sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Kondisi dimana belum diketahuinya jumlah populasi dari penelitian ini menyebabkan sulitnya untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai, maka dari itu digunakan teknik *nonprobability* sampling tepatnya *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2013). Pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan penulis bahwa responden pernah menggunakan jasa pengiriman barang dari J&T Express di Karanganyar.

3.4 Data dan Sumber Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan, data berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka matematika, Bahasa ataupun simbol – simbol lainnya yang digunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, objek, kejadian ataupun suatu konsep (Siyoto & Sodik, 2015). Adapun sumber data yang digunakan dalam penulisan proposal penelitian adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh penelitian secara langsung dari sumber datanya, data primer juga disebut sebagai data asli atau data baru yang memiliki *sifat up to date* (Siyoto & Sodik, 2015). Data primer dalam penelitian ini berupa identitas dan persepsi atau pendapat responden mengenai Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kemudahan Akses pada pengguna jasa J&T Express di Karanganyar yang terpilih menjadi sampel melalui kuisisioner/angket dan observasi/survey.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh atau di kumpulkan peneliti dari dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tanga kedua). Data sekunder dapat di peroleh dari sebagai sumber dari Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain lain (Siyoto & Sodik, 2015). Data sekunder dalam penelitian ini di ambil dari studi Pustaka berupa literatur yang terkait, buku dan jurnal tentang Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kemudahan Akses.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian merupakan cara yang di tempuh oleh peneliti untuk mengumpulkan data secara objektif , dalam Teknik Pengumpulan Data dapat dilakukan dengan observasi, tes atau evaluasi, dan dokumenter. Teknik pengambilan data dalam penentilian ini yaitu kuesioner.

Kuesioner merupakan metode yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada para subjek penelitian. Menurut (Siyoto & Sodik, 2015), angket atau kuesioner

merupakan metode pengumpulan data yang berisi pertanyaan tertulis guna mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan sesuai dengan topik penelitian dan instrumennya sesuai dengan nama metodenya, yang berbentuk lembaran angket berupa sejumlah pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang dialami.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian menggunakan dua variabel yaitu :

a. Variabel Independen (X)

Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kemudahan Akses.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas

(Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014).	<ul style="list-style-type: none"> - Wujud - Keandalan - Tanggung Jawab - Empati - Jaminan 	<ul style="list-style-type: none"> - X1 (1-3) - X1 (4-5) - X1 (6-7) - X1 (8-9) - X1 (10-11)
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan pelanggan merupakan pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan - Kebaikan - Integritas 	<ul style="list-style-type: none"> - X2 (1-2) - X2 (3-4) - X2 (5-6)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Keterangan
	ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka menyerahkan kontrol langsung (Mahendra & Indriyani, 2018).		
Kemudahan Akses (X3)	Kemudahan penggunaan atau aksesibilit adalah tingkat dimana seseorang dapat mempercayai bahwa system tidak akan sulit untuk digunakan (Yohani & Jannah, 2022).	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah untuk dipelajari - Mudah untuk didapatkan - Mudah untuk dioperasikan 	<ul style="list-style-type: none"> - X3 (1-2) - X3 (3-4) - X3 (5-6)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Kotler & Asmstrong (2006), Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembeli, jika kinerja produk tidak memenuhi ekpetasi maka pelanggan kecewa, sebaliknya jika kinerja produk	<ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian Harapan - Minat Berkunjung Kembali - Ketersediaan Merekomendasikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Y (1-2) - Y (3-4) - Y (5-6)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Keterangan
	sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan puas, Dan jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas.		

3.8 Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen merupakan Langkah penting dalam pola prosedur penelitian. Instrumen berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Bentuk instrument berkaitan dengan metode pengumpulan data (Siyoto & Sodik, 2015). Pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial (Sugiyono, 2013). Pada skala *likert* ada lima poin dengan titik panduan berikut :

Tabel 3. 2 Kriteria Penskran Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data disebut juga pengolahan data dan interpretasi data. Analisis adalah serangkaian kegiatan untuk mengkaji, mengelompokkan, mensistematisasikan, menafsirkan dan menyalidasi data sehingga fenomena memiliki nilai sosial, akademik, dan ilmiah (Hikmawati, 2020).

3.9.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013) Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

3.9.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r – hitung dengan r – tabel. Kriteria pemeriksaan keefektifan butir angket adalah sebagai berikut :

- a. Variabel valid jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel
- b. Jika r – hitung tidak positif dan r – hitung $<$ r tabel maka variabel tidak valid, jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing – masing indikator pertanyaan adalah valid.

2. Uji Realibitas

Uji realibitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi terdapat masalah – masalah asumsi klasik. Proses pengujian asumsi tradisional berjalan bersamaan dengan proses pengujian regresi, sehingga prosedur pengujian asumsi tradisional menggunakan alur kerja sama dengan pengujian regresi (Mardiatmoko, 2020).

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel berdistribusi normal atau variabel pengganggu. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilihat pada histogram dari residual. Data dikatakan memenuhi normalitas jika :

- a. Jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, atau jika histogram menunjukkan pola distribusi normal
- b. Jika data jauh dari daerah dan tidak mengikuti arah diagonal atau tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi, berikut cara membuktikannya :

- a. Besaran Variance Inflation factor (VIF), pedoman untuk model regresi non multikolinier 10 nilai VIF.
- b. Besar kecilnya pedoman toleransi untuk model regresi tanpa multikolinearitas adalah nilai toleransi 0,1.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah pada contoh regresi terjadi ketidaksamaan atau variance menurut residual satu pengamatan kepengamatan yang lain, dasar analisisnya yaitu apabila pola eksklusif, misalnya titik – titik yang terdapat menciptakan pola eksklusi yang teratur, maka mengidentifikasi sudah terjadi heteroskedasitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3.9.4 Uji Kelayakan Model

Untuk mengetahui apakah model penelitian sudah sesuai maka dilakukan uji sebagai berikut :

1. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013), uji membantu untuk menunjukkan apakah semua variabel independent dalam model memiliki pengaruh bersama atau terhadap variabel dependen. Tingkat signifikan (α) 5% digunakan dan distribusi F dengan derajat bebas ($\alpha:K - 1, n - K - 1$) digunakan. Kriteria pengujian :

- a. Fhitung \leq Ftabel atau signifikan \geq 0,05. Ho diterima, artinya variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel terikat pada aktu yang sama atau pada aktu yang bersamaan.
- b. Fhitung $>$ Ftabel atau signifikan $<$ 0,05. Ho ditolak, artinya variabel bebas secara bersama – sama atau sangat berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai adjusted R^2 (Ghozali, 2013).

3.9.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2013), regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel *independent*. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel dependen yaitu yang ditimbulkan dari Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan Akses (X3), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepercayaan

X3 = Kemudahan Akses

b1, b2, b3 = Besaran koefisien dari masing – masing variabel

e = residual/*error*

3.9.6 Uji Parameter Individual (Uji t)

Menurut Ghozali (2013), uji t-statistik pada dasarnya memberi tahu seberapa besar variabel independent mempengaruhi penjelasan variabel dependen. Nilai t tabel

diperoleh pada taraf signifikan (α) 5% dari $df = n-K-1$ dan nilai t tabel tersebut dibandingkan dengan t hitung yang diperoleh. Membandingkan kedua nilai t menunjukkan pengaruh, yaitu apakah hipotesis diterima atau ditolak, kriteria pengujian :

- a. $T_{hitung} > t$ tabel atau signifikan $> 0,05$. H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel terikat.
- b. $T_{hitung} < t$ tabel atau $< 0,05$. H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum penelitian

Penelitian bermanfaat untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti memilih melakukan penelitian pada J&T Express Karanganyar sebagai objek. Populasi yang diambil dari penelitian ini merupakan masyarakat di Karanganyar yang pernah menggunakan jasa J&T Express.

Penyebaran kuesioner secara online menggunakan sosial media dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari responden yang akan ditentukan berdasarkan asal daerah, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan apakah pernah menggunakan jasa J&T Express dari data yang dikumpulkan untuk memperoleh gambaran umum responden penelitian

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner, sedangkan yang disebar secara online sebanyak 105 kuesioner. Oleh karena itu, kuesioner yang tidak digunakan sebanyak 5 kuesioner karena responden kurang teliti dalam pengisiannya sehingga mengakibatkan kuesioner tidak lengkap dan tidak memenuhi syarat kriteria.

4.2 Karakteristik Data Responden

a. Karakteristik jenis kelamin responden

Tabel 4. 1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki – Laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel karakteristik jenis kelamin, diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dengan jumlah 51 responden atau 51%, sedangkan untuk berjenis laki – laki berjumlah 49 responden atau 49% dari total responden.

b. Karakteristik usia responden

Tabel 4. 2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	17 – 22 Tahun	51	51%
2.	23 – 28 Tahun	35	35%
3.	29 – 34 Tahun	5	5%
4.	35 – 40 Tahun	7	7%
5.	41 >	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel karakteristik usia responden, dapat diketahui bahwa responden dengan jumlah terbanyak pada usia 17 – 22 tahun sebanyak 51 responden atau 51%, usia 23 – 28 tahun sebanyak 35 responden atau 33%, usia 35 – 40 tahun sebanyak 7 responden atau 7%, usia 29 – 34 sebanyak 5 responden atau 5 %, dan yang paling sedikit usia 40 > sebanyak 2 responden atau 2%.

c. Karakteristik pekerjaan / status responden

Tabel 4. 3
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan / Status

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	PNS	8	8%
2.	Wiraswasta	38	38%
3.	Siswa / Mahasiswa	34	34%
4	Lainya	20	20%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel karakteristik pekerjaan / status responden, dapat diketahui bahwa dengan jumlah terbanyak merupakan responden siswa / mahasiswa dengan 40 responden atau 40%, untuk wiraswasta sebanyak 36 responden atau 36%, untuk lainnya sebanyak 20 responden atau 20%, dan responden jumlah paling sedikit merupakan PNS dengan 4 responden atau 4%.

d. Karakteristik Domisili

Tabel 4. 4
Jumlah Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Kecamatan Colomadu	6	6%
2.	Kecamatan Gondangrejo	6	6%
3.	Kecamatan Jaten	6	6%
4.	Kecamatan Jatipuro	5	5%
5.	Kecamatan Jatiyoso	5	5%
6.	Kecamatan Jenawi	6	6%
7.	Kecamatan Jumapolo	6	6%
8.	Kecamatan Jumantono	6	6%
9.	Kecamatan Karanganyar	6	6%
10.	Kecamatan Karangpandan	6	6%
11.	Kecamatan Kebakkramat	6	6%
12.	Kecamatan Kerjo	6	6%
13.	Kecamatan Matesih	6	6%
14.	Kecamatan Ngargoyoso	6	6%
15.	Kecamatan Mojogedang	6	6%
16.	Kecamatan Tasikmadu	6	6%
17.	Kecamatan Tawangmangu	6	6%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel karakteristik domisili responden dapat diketahui bahwa responden dengan jumlah 5 responden atau 5% yaitu Kecamatan Jatipuro dan Kecamatan Jatiyoso, sedangkan untuk jumlah 6 responden atau 6% yaitu Kecamatan Colomadu, Kecamatan Gondangrejo, Kecamatan Jaten, Kecamatan Jenawi, Kecamatan Jumapolo, Kecamatan Jumantono, Kecamatan Karanganyar, Kecamatan Karangpandan, Kecamatan Kebakkramat, Kecamatan Kerjo, Kecamatan Matesih,

Kecamatan Ngargoyoso, Kecamatan Mojogedang, Kecamatan Tasikmadu, Kecamatan Tawangmangu.

4.3 Teknik Analisis Data

4.3.1 Uji Statistik Deskripsi

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013)

Tabel 4. 5
Hasil Uji Statistik Deskripsi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	36	55	46.78	4.460
X2	100	20	30	25.44	2.235
X3	100	19	30	25.49	2.615
Y	100	19	30	25.47	2.611
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan hasil statistik deskriptif penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel (X1) Kualitas pelayanan mempunyai nilai terendah (minimum) sebesar 36 dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 55. Nilai rata – rata (mean) sebesar 46,78 dengan standar 4.460.

2. Variabel (X2) Kepercayaan mempunyai nilai terendah (minimum) sebesar 20 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 30. Nilai rata – rata (mean) sebesar 25,44 dengan standar 2.235.
3. Variabel (X3) Kemudahan Akses mempunyai terendah (minimum) sebesar 19 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 30. Nilai rata – rata (mean) sebesar 25.49 dengan standar 2,615.
4. Variabel (Y) Kepuasan Pelanggan mempunyai terendah (minimum) sebesar 19 dan nilai tertinggi (maximum) sebesar 30. Nilai rata – rata (mean) 25.47 dengan standar 2,611.

4.3.2 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan pada tiga variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree freedom* (df) = n-2 pada $\alpha = 0,05$. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut valid dan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30, dengan (df) = $30 - 2 = 28$ pada $\alpha = 0,05$ sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3610$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Pernyataan 1	0,739	0,3610	Valid
	Pernyataan 2	0,534	0,3610	Valid
	Pernyataan 3	0,586	0,3610	Valid
	Pernyataan 4	0,714	0,3610	Valid
	Pernyataan 5	0,568	0,3610	Valid
	Pernyataan 6	0,619	0,3610	Valid
	Pernyataan 7	0,618	0,3610	Valid
	Pernyataan 8	0,686	0,3610	Valid
	Pernyataan 9	0,670	0,3610	Valid
	Pernyataan 10	0,700	0,3610	Valid
	Pernyataan 11	0,716	0,3610	Valid
Kepercayaan (X2)	Pernyataan 1	0,685	0,3610	Valid
	Pernyataan 2	0,602	0,3610	Valid
	Pernyataan 3	0,638	0,3610	Valid
	Pernyataan 4	0,704	0,3610	Valid
	Pernyataan 5	0,826	0,3610	Valid
	Pernyataan 6	0,737	0,3610	Valid
Kemudahan Akses (X3)	Pernyataan 1	0,720	0,3610	Valid
	Pernyataan 2	0,744	0,3610	Valid
	Pernyataan 3	0,691	0,3610	Valid
	Pernyataan 4	0,703	0,3610	Valid
	Pernyataan 5	0,750	0,3610	Valid
	Pernyataan 6	0,729	0,3610	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pernyataan 1	0,869	0,3610	Valid
	Pernyataan 2	0,725	0,3610	Valid
	Pernyataan 3	0,601	0,3610	Valid
	Pernyataan 4	0,852	0,3610	Valid
	Pernyataan 5	0,860	0,3610	Valid
	Pertanyaan 6	0,810	0,3610	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, dilakukan uji validitas bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kepercayaan,

kemudahaann akses, dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Sehingga ke empat variabel tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu pengujian semua indikator variabel. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang konsisten dari pertanyaan satu ke pertanyaan berikutnya. Uji reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel atau konsisten apabila nilai Cronbach alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2013). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,853	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,792	0,60	Reliabel
Kemudahan Akses	0,808	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,820	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa keempat variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan dinyatakan handal untuk dijadikan alat ukur penelitian.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan model regresi untuk mengetahui apakah setiap variabel berdistribusi normal atau variabel pengganggu. Uji normalitas menggunakan statistik uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan data dikatakan normalitas jika nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, dan data berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ (Ghozali, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *exact test* untuk melakukan uji Kolmogorov-Smirnov pada batas waktu 5 menit. Dasar keputusan uji normalitas dengan uji *exact* adalah, jika probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka data yang akan diuji berdistribusi normal, dan jika probabilitas signifikansi $< 0,05$, data yang akan diuji tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Berikut hasil perhitungan uji normalitas pada penelitian ini :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53625678
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.089
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c

Exact Sig. (2-tailed)	.209
Point Probability	.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa *Exact Sig* diperoleh nilai sebesar 0,209 lebih besar jika dibandingkan dengan probabilitas 0,05 dengan demikian berarti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilihat pada nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 dan sebaliknya apabila nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 diartikan terjadi multikolinearita (Ghozali , 2013). Hasil uji multikolinearita pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinearita

Variabel	Tolarance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,306	3,269	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Kepercayaan	0,338	2,961	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kemudahan Akses	0,353	2,830	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi karena nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan atau variance menurut residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas dengan menggunakan uji gletser berdasarkan nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2013) . Hasil heteroskedastisitas sebagai berikut :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikasi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,938	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,818	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kemudahan Akses	0,708	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada setiap variabel. Nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,938, variabel kepercayaan sebesar 0,818, dan variabel kemudahan akses sebesar 0,708. Ketiga variabel memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini serta ditunjukkan bahwa dalam scatterplot tidak adanya heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Kelayakan Model

a. Uji Silmultan (Uji F)

Uji yang digunakan untuk menunjukkan apabila semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh bersama atau terhadap variabel dependen. Model dikatakan layak apabila f hitung $> f$ tabel diperoleh nilai dari signifikansi $< 0,05$ (Ghozali, 2013).

Penelitian ini dalam mengetahui f tabel menggunakan rumus:

$$df1 = k-1$$

$$df2 = n-k$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen (X) + variabel dependen (Y)

Perhitungan f tabel dalam penelitian ini:

$$df1 = k-1$$

$$= 4-1$$

$$= 3$$

$$df2 = n-k$$

$$= 100-4$$

$$= 96$$

Maka f tabel kolom 3 pada df = 96 adalah 2,70

Tabel 4. 11
Hasil Uji Silmutan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	445.192	3	148.397	60.973	.000 ^b
	Residual	233.648	96	2.434		
	Total	678.840	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Akses (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F nilai f hitung sebesar 60,973 > f tabel sebesar 2,70 dan nilai sig. F < α = 0,05. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), kemudahan akses (X3), dan kepuasan pelanggan (Y) adalah bagus dan layak.

b. Uji Koeisien Determinasi (R²)

Uji determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai adjusted R². Nilai koefisien determinasi kisaran 0-1 (Ghozali, 2013).

Tabel 4. 12
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.645	1.560

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Akses (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer,diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas nilai adjusted R square adalah 0,645 (64,5%) hal ini berarti variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses) sebesar 64,5%. Diartikan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan 35,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini uji regresi linear berganda untuk menguji adanya pengaruh variabel independen seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 13
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized B
1 (Constant)	1,114
Kualitas Pelayanan	0,238
Kepercayaan	0,325
Kemudahan Akses	0,193

a Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer, diolah 2023

$$Y = \alpha + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3$$

$$= 1,114 + 0,238 X_1 + 0,325 X_2 + 0,193 X_3$$

Hasil persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat dianalisis sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 1,114 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 1,114.
- b. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,238. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,238. Hal ini setiap kenaikan satu nilai variabel kualitas pelayanan sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan

sebesar 0,238. Sebaliknya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami penurunan satu nilai sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,238.

- c. Koefisien regresi kepercayaan (X_2) sebesar 0,325. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,325. Hal ini setiap kenaikan satu nilai variabel kepercayaan sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,325. Sebaliknya apabila variabel kepercayaan mengalami penurunan satu nilai sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,325.
- d. Koefisien regresi kemudahan akses (X_3) sebesar 0,193. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,193. Hal ini setiap kenaikan satu nilai variabel kemudahan akses sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,193. Sebaliknya apabila variabel kemudahan akses mengalami penurunan satu nilai sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,193.

4.3.6 Uji Hipotesis

- a. Uji Parameter Individual (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya memberi tahu seberapa besar variabel independen mempengaruhi penjelasan variabel dependen. Nilai t tabel diperoleh pada taraf signifikansi 5% dari $df = n - K - 1$ dan nilai t tabel tersebut dibandingkan dengan nilai t hitung yang diperoleh. Apabila nilai t hitung $> t$ tabel dan jika signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima, sebaliknya apabila nilai t hitung $< t$ tabel dan jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 yang ditolak (Ghozali, 2013).

Perhitungan t tabel dalam penelitian ini:

$$Df = n - K - 1$$

$$= 100 - 3 - 1$$

$$= 96$$

Maka t tabel untuk $df = 96$ adalah 1,660

Tabel 4. 14

Hasil Uji T

Model	t tabel	t hitung	Sig
Kualitas Pelayanan	1,660	3,739	0,000
Kepercayaan	1,660	2,702	0,008
Kemudahan Akses	1,660	1,915	0,058

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dijelaskan uji parsial sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas pelayanan nilai t hitung $3,739 >$ nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka terbukti H1 diterima dan H0 ditolak sehingga interpretasinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Variabel kepercayaan nilai t hitung $2,702 >$ nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Maka terbukti H2 diterima dan H0 ditolak sehingga interpretasinya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Variabel kemudahan akses harga nilai t hitung $1,915 >$ nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,058 > 0,05$. Maka terbukti H3 ditolak dan H0 diterima sehingga interpretasinya bahwa variabel kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4 Hasil Pembahasan Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express di Karanganyar diperoleh hasil sebagai berikut :

4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini dalam uji t dilihat pada nilai t hitung $3,739 >$ nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Kualitas pelayanan memiliki beberapa indikator yaitu wujud, keandalan, tanggung jawab, empati, jaminan. Bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan yang didapatkan. Kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dilihat dari segi tanggung jawab karyawan yang menjaga keamanan barang, jaminan atas kehilangan barang, menguasai dan memahami setiap areanya, dan ketepatan waktu mengirim barang.

Pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang relevan oleh Saputra, dkk (2021) dan Sariffudin T (2022), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

4.4.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini dalam uji t dilihat variabel kepercayaan pada bernilai 0,325 dan nilai t hitung $2,702 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Sehingga diartikan H2 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Mahendra & Indriyani (2018), menjelaskan kepercayaan pelanggan merupakan pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung. Pada penelitian ini kepercayaan menggunakan indikator yaitu kemampuan, kebaikan hati, integritas. Kepercayaan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express dilihat dari segi seberapa memahami kebutuhan pelanggan, kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan, dan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.

Berbagai penelitian mengenai kepercayaan dapat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan seperti yang dilakukan penelitian oleh Tumangkeng, dkk (2022) dan Masiaga, dkk (2022), yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

4.4.3 Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini dalam uji t dilihat pada nilai t hitung $1,915 >$ nilai t tabel sebesar $1,660$ dan nilai signifikansi $0,058 > 0,05$. Sehingga diartikan H_3 ditolak dan H_0 diterima hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudahan penggunaan atau aksesibilitas adalah tingkat dimana seseorang dapat mempercayai bahwa system tidak akan sulit untuk digunakan (Yohani & Jannah,

2022). Kemudahan akses memiliki beberapa indikator yaitu mudah dipelajari, mudah didapatkan, dan mudah dioperasikan. Pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang relevan oleh Erina (2021), menunjukkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan masih banyak pelanggan yang belum mengetahui fungsi dan memahami sistem, web atau kemudahan akses yang ada di J&T Express. Dan adanya batasan minimal dalam layanan pick up yang disediakan J&T Express.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Di Karanganyar, responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang sudah pernah menggunakan jasa J&T Express lebih dari 1 kali yang menjadi fokus penelitian ini. Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi berganda dan uji maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan berdasarkan uji t dilihat pada nilai t hitung 3,739 > t tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel Kepercayaan berdasarkan uji t dilihat pada nilai t hitung 2,702 > t tabel 1,660 dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel Kemudahan Akses berdasarkan uji t dilihat dari pada nilai t hitung 1,915 > t tabel sebesar 1,660 dan signifikansi $0,058 > 0,05$. Sehingga H3 ditolak

dan H0 diterima hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan baik dari referensi maupun sumber acuan yang digunakan oleh penelitian. Penelitian yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka telah mampu memberikan pemahaman secara terperinci sehingga mudah dipahami oleh generasi selanjutnya. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain :

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan akses sebagai pengukuran dari kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini menggunakan sampel yang hanya terbatas pada pelanggan jasa J&T Express Di Karanganyar.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang menjadi fokus penelitian, sehingga untuk menganalisis masih banyak kelemahan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan disarankan untuk meningkatkan kemudahan akses agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Seperti mempermudah sistem web agar mudah dipahami dan digunakan oleh pelanggan.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunkan populasi penelitian lebih banyak dan lebih luas, karena pelanggan jasa J&T Express bukan hanya di Kabupaten Karanganyar

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemika*, 2(1).
- AWARD, T. B. (2022). *TOP BRAND FOR GEN-Z INDEX 2022*. Topbrand-Award,Com. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- BPS Kota Karanganyar. (2021). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin. In *Https://Www.Bps.Go.Id* (p. 1). <https://karanganyarkab.bps.go.id/indicator/12/166/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Erina, N. (2021). *Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk*.
- Fandy Tjiptono. (2014). *PEMASARAN JASA Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. ANDI Yogyakarta.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hardiantoro, A. (2022, April). Viral, Video Pengguna Jasa Kirim J&T Express Keluhkan Paket Tak Kunjung Datang, Ini Penjelasannya Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Viral, Video Pengguna Jasa Kirim J&T Express Keluhkan Paket Tak Kunjung Datang, Ini Penjelasannya.” *KOMPAS.Com*. <https://www.kompas.com/>
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391–1406. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>
- Herman, H. (2022). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study in Educational Institutions. *ADPEBI International Journal of Business and Social Science*, 2(1), 39–45. <https://doi.org/10.54099/aijbs.v2i1.104>
- Hermen Jan Van, R. (2009). Service Quality Indicators for Business Support Services. *MIS Quarterly Executive*, 5(1), 43–53. <http://eprints.ucl.ac.uk/19902/>
- Hikmawati Fenti. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. PT RajaGrafindo Persada. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Istiana, D. M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada

Transportasi Online Roda Dua PT X. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 60.
<https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i2.4113>

Jimenez, P., and Iyer, G. S. (2016). Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance. *Advances in Accounting*, 34, 17–26.

Jogiyanto Hartono. (2016). *Teori Portoolio dan Analisis Investasi* (Kesepuluh).

Kotler, P., & Asmstrong, G. (2006). *Prinsip - prinsip Pemasaran* (Duabelas). Erlangga.

Lestariningsih, T. (2021). Analysis of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction of Ojek Online in Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 14(3), 298.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i3.30033>

Liputan6.com. (2022). *Transaksi E-Commerce Indonesia Rp 108,54 Triliun di Kuartal I2022*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5032523/transaksi-e-commerce-indonesia-rp-10854-triliun-di-kuartal-i-2022>

Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016),2.
publication.petra.ac.id/index.php/manajemenbisnis/article/download/7800/7033%0A

MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi

- Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 900–910. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40476>
- Othman, B., Harun, A., Rashid, W., & Ali, R. (2019). The impact of Umrah service quality on customer satisfaction towards Umrah travel agents in Malaysia. *Management Science Letters*, 9(11), 1763–1772. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.6.014>
- Prastio, R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Pada Pelanggan J&T Cabang DinoyoMalang).<https://Medium.Com/>. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Priansa Donni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Resti Prastiwi, F. T., Ratnaningsih, C. S., Windhyastiti, I., & Khourouh, U. (2020). Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga terhadap Purchase

Intention. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 55–60.
<https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.4222>

Reza, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (*Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta*).

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Saputra, M. A., Afriani, S., & Ferina, Z. I. (2021). The Effect Of Service Quality And Trust On Customer Satisfaction At Bank Bengkulu Girimulya Support Branch. *Jurnal Emak*, 2(1), 81 – 95.

Septiani, I. T., & Widayatsari, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopie Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(2), 287.

Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono, D. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- T, S. (2022). The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction Purchasing Motorcycles at CV. Central Sulawesi Motor Palu. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 4(2), 106–112.
<https://doi.org/10.56338/ijhess.v4i2.2389>
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono Fandy, & Candra Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik (Kedua)*. CV. Andi Offset.
- Tumangkeng, dkk. (2022). *The Influence Of Peroduct Quality, Network Qua;ity And Trust On Customer Satisfaction Indihome Network Users At PT . Telkom Langowan (Case Study In Manembo Village) Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022*. 10(4), 1708–1717.
- Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood. *Jurnal*

Manajemen, 6(1), 21–33. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.159>

Widjaja, Y. R., & Araufi, A. (2020). Persepsi Nilai dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Putra Wangi Sumedang Tour and Travel. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 65–71. dajkhdfakjdfaskjdf

Windiarti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada BCA KCP Jakarta 26. 2022(1991), 1852–1865.

Yohani, R., & Jannah, N. (2022). Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bank Muamalat KCP Kisaran. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.

Lampiran

Lampiran 1. 1 Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Januari				Febuari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Skripsi	X	X	X	X																
2.	Konsultasi					X		X													
3.	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal								X												
4.	Ujian Seminar Proposal									X											
5.	Pengumpulan Data													X							
6.	Analisis Data														X						
7.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi															X					
8.	Pendaftaran Munaqasah																				
9.	Sidang Munaqasah																				
10.	Revisi Skripsi																				

Lampiran 1. 2 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T
EXPRESS Di Karanganyar

Assalamualaikum wr. wb.

Saya Chori Ananda Putri mahasisi program studi Manajemen Bisnis Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melaksanakan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express di Karanganyar”**. Seluruh informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Saya memohon kehadiran Bapak/Ibu dan Saudara/I untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas kesediaan dan kerja samanya, saya mengucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/I paling tepat dengan memberikan tanda checklist atau centang (√) pada kolom yang tersedia. Istilah jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/I mengisi semua pertanyaan yang tersedia. Setiap pernyataan memiliki 5 alternatif pilihan jawaban sebagai berikut.

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

B. Data Umum Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki – Laki Perempuan
3. Usia
 - 17 – 22
 - 23 – 28
 - 29 – 34
 - 35 – 40
 - 41 >.....
4. Pekerjaan : PNS
 Wiraswasta
 Siswa/Mahasiswa
 Lainnya.....
5. Domisili
 - Colomadu
 - Gondangrejo

- Jaten
- Jatipuro
- Jatiyoso
- Jenawi
- Jumapolo
- Jumantono
- Karanganyar
- Karangpandan
- Kebakkramat
- Kerjo
- Matesih
- Ngargoyoso
- Mojogedang
- Tasikmadu
- Tawangmangu

Apakah anda pernah menggunakan jasa J&T Express ?

Pernah

Tidak Pernah

➤ Jika jawaban anda “Pernah” maka lanjut pertanyaan selanjutnya

- Jika jawaban anda “Tidak Pernah” maka anda berhenti dan tidak melanjutkan pertanyaan selanjutnya

C. Kuesioner Penelitian

Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Wujud						
1.	Karyawan J&T Express berpenampilan rapi dan sopan					
2.	J&T memiliki armada yang memadai (Truck, Mobil, Sepeda Motor)					
3.	J&T Express memiliki agen disetiap daerah dan tempatnya mudah dijangkau					
Keandalan						
4.	Kurir J&T Express menguasai dan memahami setiap areanya					
5.	Jangkauan pengiriman J&T Express luas					
Tanggung Jawab						
6.	Kurir J&T Express slalu tepat waktu dalam mengatarkan paket pelanggan					
7.	Pelayanan jasa pengiriman barang tetap dilakukan pada saat hari libur					
Empati						
8.	Admin J&T Express memberikan kenyamanan dalam transaksi					
9.	Admin dan kurir J&T Express ramah dalam melayani pelanggan					
Jaminan						
10.	J&T Express mampu menjaga keamanan barang yang dikirim					
11.	J&T Express memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirim					

Kepercayaan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Kemampuan						
1.	J&T Express mengetahui jenis pelayanan yang di inginkan pelanggan					
2.	J&T Express mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen					
Kebaikan						
3.	Pelanggan percaya J&T Express akan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan					
4.	J&T Express selalu memahami kebutuhan dan mengutamakan kepentingan konsumen					
Integritas						
5.	Pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan J&T Express telah sesuai dengan harapan pelanggan					
6.	Jasa pengiriman barang J&T Express dapat dipercaya					

Kemudahan Akses

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Mudah untuk dipelajari						
1.	Cara menggunakan jasa pengiriman J&T Express mudah dipelajari					
2.	Website J&T Express mempermudah pelanggan untuk melakukan cek ongkir dan mendapatkan promo					
Mudah untuk didapatkan						
3.	Layanan “Hotline 24jam” mempermudah pelanggan jika mengalami kesulitan					
4.	Layanan “Klaim asuransi cepat” membantu pelanggan membuat asuransi barang yang mudah pecah					

Mudah untuk dioperasikan						
5.	Menu “Trace & Track” J&T Express mudah digunakan untuk melacak keberadaan barang					
6.	Layanan “Pick up” (jemput paket) mempermudah pelanggan untuk mengirim barang					

Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	TS	KS	STS
Kesesuaian Harapan						
1.	Pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan jasa pengiriman yang diberikan J&T Express					
2.	Pelanggan merasa puas dengan harga yang diberikan sesuai dengan jenis pelayanan					
Minat berkunjung kembali						
3.	Pelanggan tidak akan beralih ke jasa pengiriman barang yang lain					
4.	Pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan jasa J&T Express					
	Kesediaan merekomendasikan					
5.	Pelanggan akan merekomendasikan J&T Express kepada orang lain					
6.	Pelanggan akan merekomendasikan J&T Express menjadi pilihan utama dalam menggunakan jasa pengiriman					

Lampiran 1. 3 Jumlah Penduduk di Kabupaten Karanganyar menurut Kelompok

Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa) tahun 2021

Umur	Laki - Laki	Perempuan	Jumlah
15 – 19	35.579	33.617	69.196
20 – 24	34.096	32.887	66.983
25 – 29	34.018	33.846	67.864
30 – 34	33.958	34.251	68.209
35 – 39	36.532	36.893	73.425
40 – 44	36.053	35.809	71.862
45 – 49	33.505	33.410	66.915
50 – 54	31.111	31.643	62.754
55 – 59	25816	27.864	53.680
60 – 64	22.741	23.266	46.007

Sumber : (BPS Kota Karanganyar, 2021)

Lampiran 1. 4 Tabulasi Data Penelitian

Tabulasi Data Responden

No	Domisili	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	Kecamatan Jatipuro	41 > Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
2.	Kecamatan Mojogedang	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
3.	Kecamatan Jatipuro	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
4.	Kecamatan Mojogedang	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
5.	Kecamatan Jatipuro	23-28 Tahun	Laki - Laki	Swasta
6.	Kecamatan Jaten	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
7.	Kecamatan Jaten	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
8.	Kecamatan Jumapolo	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
9.	Kecamatan Jenawi	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
10.	Kecamatan Mateseh	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
11.	Kecamatan Mateseh	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
12.	Kecamatan Karangpandan	17-22 Tahun	Perempuan	PNS
13.	Kecamatan Karangpandan	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
14.	Kecamatan Tasikmadu	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
15.	Kecamatan Jumantono	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
16.	Kecamatan Tawangmangu	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
17.	Kecamatan Mojogedang	17-22 Tahun	Perempuan	Buruh
18.	Kecamatan Karanganyar	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
19.	Kecamatan Tasikmadu	23-28 Tahun	Perempuan	Buruh pabrik
20.	Kecamatan Mateseh	17-22 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
21.	Kecamatan Karanganyar	17-22 Tahun	Laki - Laki	Karyawan
22.	Kecamatan Tawangmangu	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
23.	Kecamatan Karanganyar	23-28 Tahun	Laki - Laki	Karyawan swasta
24.	Kecamatan Gondangrejo	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
25.	Kecamatan Mateseh	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
26.	Kecamatan Jenawi	17-22 Tahun	Perempuan	PNS

27.	Kecamatan Kebakkramat	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
28.	Kecamatan Karanganyar	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
29.	Kecamatan Karanganyar	23-28 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
30.	Kecamatan Ngargoyoso	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
31.	Kecamatan Mojogedang	23-28 Tahun	Perempuan	Karyawan swasta
32.	Kecamatan Jenawi	17-22 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
33.	Kecamatan Ngargoyoso	23-28 Tahun	Perempuan	IRT
34.	Kecamatan Jatiyoso	17-22 Tahun	Laki - Laki	PNS
35.	Kecamatan Kerjo	23-28 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
36.	Kecamatan Mateseh	23-28 Tahun	Laki - Laki	freelance
37.	Kecamatan Jumantono	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
38.	Kecamatan Gondangrejo	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
39.	Kecamatan Karangpandan	23-28 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
40.	Kecamatan Jatiyoso	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
41.	Kecamatan Jumapolo	23-28 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
42.	Kecamatan Ngargoyoso	23-28 Tahun	Perempuan	Swasta
43.	Kecamatan Colomadu	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
44.	Kecamatan Jumantono	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
45.	Kecamatan Gondangrejo	23-28 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
46.	Kecamatan Colomadu	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
47.	Kecamatan Gondangrejo	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
48.	Kecamatan Ngargoyoso	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
49.	Kecamatan Jenawi	23-28 Tahun	Laki - Laki	swasta
50.	Kecamatan Kerjo	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
51.	Kecamatan Colomadu	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
52.	Kecamatan Jenawi	35-40 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
53.	Kecamatan Jenawi	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
54.	Kecamatan Kerjo	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
55.	Kecamatan Jatiyoso	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
56.	Kecamatan Kebakkramat	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
57.	Kecamatan Kebakkramat	29-34 Tahun	Laki - Laki	Pedagang
58.	Kecamatan Jumapolo	17-22 Tahun	Laki - Laki	Jualan

59.	Kecamatan Jatiyoso	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
60.	Kecamatan Kebakkramat	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
61.	Kecamatan Colomadu	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
62.	Kecamatan Jumantono	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
63.	Kecamatan Jaten	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
64.	Kecamatan Kebakkramat	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
65.	Kecamatan Karangpandan	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
66.	Kecamatan Jatiyoso	17-22 Tahun	Perempuan	Swasta
67.	Kecamatan Tasikmadu	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
68.	Kecamatan Tawangmangu	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
69.	Kecamatan Jaten	17-22 Tahun	Perempuan	Karyawan
70.	Kecamatan Mojogedang	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
71.	Kecamatan Gondangrejo	23-28 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
72.	Kecamatan Karangpandan	23-28 Tahun	Perempuan	karyawan swasta
73.	Kecamatan Kebakkramat	23-28 Tahun	Laki - Laki	Freelancer
74.	Kecamatan Karangpandan	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
75.	Kecamatan Kerjo	23-28 Tahun	Perempuan	Karyawan
76.	Kecamatan Mateseh	23-28 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
77.	Kecamatan Colomadu	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
78.	Kecamatan Tasikmadu	17-22 Tahun	Laki - Laki	karyawan
79.	Kecamatan Mojogedang	23-28 Tahun	Perempuan	Karyawan swasta
80.	Kecamatan Tasikmadu	23-28 Tahun	Laki - Laki	PNS
81.	Kecamatan Jumantono	17-22 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
82.	Kecamatan Karanganyar	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa
83.	Kecamatan Tawangmangu	17-22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
84.	Kecamatan Kerjo	29-34 Tahun	Laki - Laki	Guru Swasta
85.	Kecamatan Jaten	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
86.	Kecamatan Kerjo	23-28 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
87.	Kecamatan Tasikmadu	17-22 Tahun	Perempuan	Siswa/Mahasiswa

88.	Kecamatan Gondangrejo	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
89.	Kecamatan Jumapolo	35-40 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
90.	Kecamatan Colomadu	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
91.	Kecamatan Jumapolo	17-22 Tahun	Laki - Laki	Siswa/Mahasiswa
92.	Kecamatan Jumantono	35-40 Tahun	Laki - Laki	PNS
93.	Kecamatan Tawangmangu	29-34 Tahun	Perempuan	PNS
94.	Kecamatan Tawangmangu	29-34 Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
95.	Kecamatan Ngargoyoso	29-34 Tahun	Perempuan	PNS
96.	Kecamatan Jumapolo	41> Tahun	Laki - Laki	Wiraswasta
97.	Kecamatan Jatipuro	35-40 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
98.	Kecamatan Jatipuro	35-40 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
99.	Kecamatan Ngargoyoso	35-40 Tahun	Perempuan	Wiraswasta
100.	Kecamatan Jaten	35-40 Tahun	Laki - Laki	PNS

Tabulasi Data Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan

X 1 1	X 1 2	X 1 3	X 1 4	X 1 5	X 1 6	X 1 7	X 1 8	X 1 9	X 1 10	X 1 11	Tot al	X 2 1	X 2 2	X 2 3	X 2 4	X 2 5	X 2 6	Tto tal
4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	48	4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	49	4	5	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	49	5	4	5	4	5	4	27
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	50	4	5	5	5	5	4	28
5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	51	5	4	4	5	4	5	27
3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	2	36	3	3	4	4	3	3	20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	52	4	5	5	4	4	5	27
4	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	48	4	3	5	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	49	4	3	4	4	4	5	24
4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3	48	4	4	4	4	5	5	26

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	47	4	4	5	5	4	4	26
4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	49	5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	42	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	48	4	4	5	4	4	4	25
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	50	4	4	5	5	5	5	28
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	49	4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	44	3	4	4	4	4	4	23
4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	46	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	37	4	3	3	3	4	4	21
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	49	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	4	5	3	3	4	4	2	3	43	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44	3	4	4	4	3	4	22
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	46	4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	47	4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	53	4	4	5	5	5	5	28
3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	45	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	47	4	5	5	5	5	4	28
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	52	5	4	5	5	5	5	29
3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	39	4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	42	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	49	4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	40	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	51	4	4	4	5	4	5	26
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	49	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	51	4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	52	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43	4	3	4	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	48	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	41	3	3	4	4	4	4	22

5	4	5	3	5	2	5	5	5	5	5	49	5	4	4	4	4	25
5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	43	4	3	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	5	5	4	26
4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	43	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	49	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	48	4	4	5	5	5	28
4	4	5	5	4	4	1	4	4	5	5	45	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	48	5	4	5	4	4	27
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	49	5	5	5	4	4	27
5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	51	4	4	3	3	4	21
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	53	5	5	5	4	5	28
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	49	4	4	5	5	4	27
4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	41	4	4	4	4	4	25
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	51	3	1	5	5	5	24
4	4	5	5	5	2	1	4	5	4	4	43	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	48	4	5	5	5	5	29
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	4	4	4	4	4	24
4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	2	48	5	4	4	4	4	26
3	5	4	4	5	4	2	4	4	3	3	41	4	4	4	4	3	24
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	51	5	4	4	5	5	28
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46	4	5	4	5	4	27
3	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	41	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	45	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	37	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	24
3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	48	4	4	5	4	4	26
4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	39	4	3	4	4	3	22
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	50	5	4	5	4	4	27
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	47	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	44	5	4	4	4	5	26

Tabulasi Kemudahan Akses dan Kepuasan Pelanggan

X3	X3	X3	X3	X3	X3	Total	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Total
1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	
4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	4	4	5	27	5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27	4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	4	27
4	3	3	3	4	3	20	3	3	4	3	4	3	20
5	4	5	4	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	4	26	5	4	4	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	5	26	5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	3	4	5	26	5	5	3	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26	5	5	3	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	5	5	5	29
4	4	5	4	4	4	25	4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	23
4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	3	4	22	4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	4	4	4	23
5	4	5	4	4	5	27	5	3	4	5	5	5	27
4	5	4	4	4	4	25	4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23
5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	4	4	28	4	4	5	4	5	4	26
4	4	3	3	2	3	19	2	3	4	3	4	3	19

5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	23
4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	5	25	5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	5	4	4	26
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	4	27
4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	4	4	5	26	5	5	3	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	4	22	4	4	3	4	5	5	25
5	4	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	3	5	5	26	5	4	2	5	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	5	24	4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	5	4	4	25	5	5	4	4	4	4	26
5	4	5	3	5	5	27	4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	29
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	5	5	5	29
4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	3	4	23

5	5	5	4	3	5	27	5	5	1	5	5	5	26
4	4	4	4	5	5	26	5	4	1	5	4	2	21
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	5	5	5	29
3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
5	5	2	2	5	4	23	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	4	25	4	4	3	4	4	4	23
5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	5	5	5	28
5	4	4	4	5	5	27	4	4	5	5	4	5	27
3	3	5	3	5	4	23	4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	4	23
5	1	5	3	5	5	24	5	5	3	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 1. 5 Deskripsi Statistik

Hasil Uji Deskripsi Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	36	55	46.78	4.460
X2	100	20	30	25.44	2.235
X3	100	19	30	25.49	2.615
Y	100	19	30	25.47	2.611
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 1. 6 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations											
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	X1P11	TOTAL
X1P1	Pearson Correlation	1	.486**	.423*	.534**	.327	.390*	.423*	.405*	.526**	.339	.474**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.007	.020	.002	.078	.033	.020	.026	.003	.067	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P2	Pearson Correlation	.486**	1	.558**	.289	.413*	.406*	.004	.276	.140	.308	.107	.534**
	Sig. (2-tailed)	.007		.001	.121	.023	.026	.985	.140	.460	.098	.574	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P3	Pearson Correlation	.423*	.558**	1	.159	.590**	.086	.384*	.116	.478**	.418*	.149	.586**
	Sig. (2-tailed)	.020	.001		.400	.001	.650	.036	.540	.008	.022	.432	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P4	Pearson Correlation	.534**	.289	.159	1	.264	.621**	.296	.602**	.485**	.391*	.449*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.002	.121	.400		.158	.000	.112	.000	.007	.033	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P5	Pearson Correlation	.327	.413*	.590**	.264	1	.274	.297	.234	.099	.317	.334	.568**
	Sig. (2-tailed)	.078	.023	.001	.158		.143	.111	.214	.603	.088	.071	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P6	Pearson Correlation	.390*	.406*	.086	.621**	.274	1	.111	.541**	.239	.284	.397*	.619**
	Sig. (2-tailed)	.033	.026	.650	.000	.143		.560	.002	.204	.129	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P7	Pearson Correlation	.423*	.004	.384*	.296	.297	.111	1	.259	.477**	.487**	.578**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.020	.985	.036	.112	.111	.560		.168	.008	.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P8	Pearson Correlation	.405*	.276	.116	.602**	.234	.541**	.259	1	.457*	.493**	.535**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.026	.140	.540	.000	.214	.002	.168		.011	.006	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P9	Pearson Correlation	.526**	.140	.478**	.485**	.099	.239	.477**	.457*	1	.493**	.443*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.003	.460	.008	.007	.603	.204	.008	.011		.006	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P10	Pearson Correlation	.339	.308	.418*	.391*	.317	.284	.487**	.493**	.493**	1	.463**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.067	.098	.022	.033	.088	.129	.006	.006	.006		.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1P11	Pearson Correlation	.474**	.107	.149	.449*	.334	.397*	.578**	.535**	.443*	.463**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.008	.574	.432	.013	.071	.030	.001	.002	.014	.010		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.739**	.534**	.586**	.714**	.568**	.619**	.618**	.686**	.670**	.700**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)

		Correlations						
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	TOTAL
X2P1	Pearson Correlation	1	.354	.323	.299	.416*	.503**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.055	.081	.108	.022	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2P2	Pearson Correlation	.354	1	.284	.263	.365*	.215	.602**
	Sig. (2-tailed)	.055		.129	.161	.047	.254	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2P3	Pearson Correlation	.323	.284	1	.463**	.456*	.226	.638**
	Sig. (2-tailed)	.081	.129		.010	.011	.229	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2P4	Pearson Correlation	.299	.263	.463**	1	.538**	.431*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.108	.161	.010		.002	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2P5	Pearson Correlation	.416*	.365*	.456*	.538**	1	.661**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.022	.047	.011	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2P6	Pearson Correlation	.503**	.215	.226	.431*	.661**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.005	.254	.229	.017	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.685**	.602**	.638**	.704**	.826**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kemudahan Akses (X3)

		Correlations						
		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	TOTAL
X3P1	Pearson Correlation	1	.444*	.492**	.267	.391*	.549**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.014	.006	.153	.033	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3P2	Pearson Correlation	.444*	1	.390*	.356	.477**	.488**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.014		.033	.053	.008	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3P3	Pearson Correlation	.492**	.390*	1	.518**	.409*	.203	.691**
	Sig. (2-tailed)	.006	.033		.003	.025	.283	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3P4	Pearson Correlation	.267	.356	.518**	1	.513**	.432*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.153	.053	.003		.004	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3P5	Pearson Correlation	.391*	.477**	.409*	.513**	1	.484**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.033	.008	.025	.004		.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3P6	Pearson Correlation	.549**	.488**	.203	.432*	.484**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.283	.017	.007		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.720**	.744**	.691**	.703**	.750**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations						
		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	TOTAL
YP1	Pearson Correlation	1	.560**	.361*	.799**	.766**	.632**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.001	.050	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
YP2	Pearson Correlation	.560**	1	.159	.598**	.464**	.646**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001		.401	.000	.010	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
YP3	Pearson Correlation	.361*	.159	1	.369*	.589**	.291	.601**
	Sig. (2-tailed)	.050	.401		.045	.001	.118	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
YP4	Pearson Correlation	.799**	.598**	.369*	1	.598**	.674**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.045		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
YP5	Pearson Correlation	.766**	.464**	.589**	.598**	1	.666**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
YP6	Pearson Correlation	.632**	.646**	.291	.674**	.666**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.118	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.869**	.725**	.601**	.852**	.860**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 1. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.853	11

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.792	6

Hasil Uji Realibilitas Kemudahan Akses

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.808	6

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.820	6

Lampiran 1. 8 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53625678
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.089
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.209
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.306	3.269
	X2	.338	2.961
	X3	.353	2.830

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.141	1.243		.918	.361
	X1	.003	.043	.014	.078	.938
	X2	.019	.081	.041	.231	.818
	X3	-.026	.068	-.064	-.375	.708

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 1. 9 Hasil Uji Kelayakan Model

Hasil Uji Silmultan (Uji F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	445.192	3	148.397	60.973	.000 ^b
	Residual	233.648	96	2.434		
	Total	678.840	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Akses (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)						

Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.645	1.560
a. Predictors: (Constant), Kemudahan Akses (X3), Kepercayaan (X2), Kualitas Pelayanan (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)				

Lampiran 1. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.114	1.838		.606	.546
	X1	.238	.064	.405	3.739	.000
	X2	.325	.120	.278	2.702	.008
	X3	.193	.101	.193	1.915	.058

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 1. 11 Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 1. 12 Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Chori Ananda Putri

Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 14 Maret 2000

Agama : Islam

Alamat : Domas, Rt.02/Rw.09, Popongan, Karanganyar

No. Telephone 0895363466029

E-mail : choriananda123@gmail.com

Kebangsaan : Indonesia

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Kawin

Nama Ayah Kandung : Tri Haryono

Nama Ibu Kandung : Nining Sundari

Riwayat Pendidikan Formal

Tahun	Jenjang Pendidikan
2006 – 2012	SD Negeri 02 Popongan
2012 – 2015	SMP Negeri 2 Karangpandan
2015 – 2018	SMK Muhammadiyah 2 Karanganyar
2019 – Sekarang	Universitas Raden Mas Said Surakarta Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Lampiran 1. 13 Hasil Cek Plagiasi

skripsi chori

ORIGINALITY REPORT

12% SIMILARITY INDEX	17% INTERNET SOURCES	9% PUBLICATIONS	13% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	6%
2	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
4	Bagus Nurcahyo, Riskayanto Riskayanto. "ANALISIS DAMPAK PENCIPTAAN BRAND IMAGE DAN AKTIFITAS WORD OF MOUTH (WOM) PADA PENGUATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION", JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 2018 Publication	1%
5	Submitted to Tabor College Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	repository.stiewidyagalumajang.ac.id Internet Source	1%

8	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	1%
9	Nadya Retty Masiaga, Frederik G. Worang, Yunita Mandagie. "PENGARUH KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN YANG BERBELANJA SECARA ONLINE DI LAZADA.COM", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	1%