

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MENGUNAKAN JASA JNE *EXPRESS*
SA PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MEMMI ATIKA
NIM. 19 402-00130**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MENGUNAKAN JASA JNE *EXPRESS* SA
PADANGSIDIMPUAN**



*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

OLEH

MEMMI ATIKA

NIM. 19 402 00130

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MENGUNAKAN JASA JNE EXPRESS SA
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

MEMMI ATIKA
NIM. 19 402 00130

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

PEMBIMBING II

Idris Saleh, S.E.I., M.E
NIP. 19931009 202012 1 007

Ace strips
16/11 2023

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

Hal : Skripsi
a.n **MEMMI ATIKA**

Padangsidempuan, 16 November 2023
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **MEMMI ATIKA** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, Maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Tbu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalmu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

PEMBIMBING II



Idris Saleh, S.E.I., M.E.
NIP. 19931009 202012 1 007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **MEMMI ATIKA**
NIM : 19 402 00130
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 16 November 2023

Saya yang Menyatakan,


MEMMI ATIKA
NIM. 19 402 00130

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

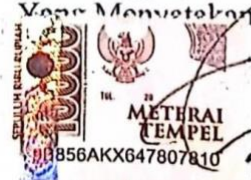
Nama : **MEMMI ATIKA**
NIM : 19 402 00130
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA Padangsidimpuan”** Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan
Pada tanggal, 16 November 2023

Yang Menyatakan,


MEMMI ATIKA
NIM. 19 402 00130



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama	: Memmi Atika
NIM	: 19 402 00130
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express Sa Padangsidimpuan

Ketua

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIDN. 2018087802

Sekretaris

Indah Permata sari Siregar, M. Si
NIDN. 2024059302

Anggota

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M. Si
NIDN. 2018087802

Indah Permata sari Siregar, M. Si
NIDN. 2024059302

Dr. Utari Evi Cahyani., MM
NIDN. 0621058703

Zulaila Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Jum'at / 22 Desember 2023
Pukul	: 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai	: Lulus / 77 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,61
Predikat	: Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap**
Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE
Express Sa Padangsidimpuan

Nama : **Memmi Atika**

NIM : **19 402 00130**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 30 Januari 2024

Dekan




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : MEMMI ATIKA
NIM : 19 402 00130
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap
Skripsi Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA
Padangsidempuan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi, yang dimana pada saat ini kebutuhan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. dengan perkembangan bisnis *e- commers* selalu menggandeng jasa pengiriman barang untuk memperlancar dalam proses yang di beli sampai kepada pelanggan. Oleh karena itu peluang yang di miliki jasa pengiriman barang tidak serta merta mengabaikan kepuasan pelanggannya. Program peningkatan pelayanan tersebut menjadi sangat penting, mengingat sebagai perusahaan yang melayani masyarakat luas (*public service*), maka tuntutan pelayanan yang diberikan secara baik dan sebagaimana mestinya menjadi suatu keharusan. Pembahasan penelitian ini yaitu dengan teori manajemen pemasaran. pendekatan yang dilakukan berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi, dan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan sumber data Primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Angket dengan jumlah sampel 100 orang. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji koefisien determinasi (R^2), uji analisis regresi linear berganda, uji t (Parsial), Uji F (Simultan). Untuk mempermudah proses analisis data penelitian ini maka dibantu dengan program SPSS 25. Hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan JNE Express sa Padangsidempuan. Berdasarkan hasil uji simultan (F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan JNE Express sa padangsidempuan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Name : MEMMI ATIKA
Reg. Number : 19 402 00130
Thesis Title : **The Influence of Service Quality and Location on Customer Satisfaction Using JNE Express SA Padangsidimpuan Services**

The problem in this research is motivated by a phenomenon that occurs, where in this era of globalization the need for delivery services has increased quite rapidly. With the development of the e-commerce business, we always collaborate with goods delivery services to expedite the process of purchasing goods reaching customers. Therefore, the opportunities that goods delivery services have do not necessarily ignore customer satisfaction. This service improvement program is very important, considering that as a company that serves the wider community (public service), the demand for services to be provided well and as they should be is a necessity. The discussion of this research is marketing management theory. The approach taken is based on theories related to service quality, location and customer satisfaction. The research method used is quantitative research and primary data sources. The data collection technique used in this research was a questionnaire with a sample size of 100 people. Data processing uses validity test, reliability test, descriptive analysis test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, coefficient of determination test (R^2), multiple linear regression analysis test, t test (Partial), F Test (Simultaneous). To simplify the data analysis process for this research, the SPSS 25 program was assisted. Partial research results (t test) show that there is a significant influence between service quality and location on JNE Express sa Padangsidimpuan customer satisfaction. Based on the results of the simultaneous test (F), it shows that there is an influence between service quality and location on JNE Express sa Padangsidimpuan customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Location, Customer Satisfaction

خلاصة

الاسم : ممي عتيقة
رقم التسجيل : ١٩٤٠٢٠٠١٣٠
عنوان الأطروحة : تأثير جودة الخدمة والموقع على رضا العملاء باستخدام خدمات جني اكسبرس
سا بادانجسيدمبوان

تكمن المشكلة في هذا البحث في ظاهرة تحدث، حيث زادت الحاجة إلى خدمات التوصيل بسرعة كبيرة في عصر العولمة هذا. مع تطور أعمال التجارة الإلكترونية، نتعاون دائمًا مع خدمات توصيل البضائع لتسريع عملية شراء البضائع ووصولها إلى العملاء. ولذلك فإن الفرص التي توفرها خدمات توصيل البضائع لا تتجاهل بالضرورة رضا العملاء. يعد برنامج تحسين الخدمة هذا مهمًا للغاية، مع الأخذ في الاعتبار أنه كشركة تخدم المجتمع الأوسع (الخدمة العامة)، فإن الطلب على الخدمات المقدمة بشكل جيد وكما ينبغي هو أمر ضروري. مناقشة هذا البحث هي نظرية إدارة التسويق. يعتمد النهج المتبع على النظريات المتعلقة بجودة الخدمة والموقع ورضا العملاء. طريقة البحث المستخدمة هي البحث الكمي ومصادر البيانات الأولية. وكانت تقنية جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث عبارة عن استبيان بحجم عينة مكونة من 100 شخص. تستخدم معالجة البيانات اختبار الصلاحية، اختبار الموثوقية، اختبار التحليل الوصفي، اختبار الحالة الطبيعية، اختبار الخطية المتعددة، اختبار التباين، اختبار معامل التحديد (R_2)، اختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد، اختبار t (جزئي)، اختبار F (متزامن). لتبسيط عملية تحليل البيانات لهذا البحث، تمت مساعدة برنامج SPSS 25. تظهر نتائج البحث الجزئية (اختبار t) أن هناك تأثيرًا كبيرًا بين جودة الخدمة والموقع على رضا عملاء جني اكسبرس سا بادانجسيدمبوان. استنادًا إلى نتائج الاختبار المتزامن (F)، فإنه يظهر أن هناك تأثير بين جودة الخدمة والموقع على رضا العملاء جني اكسبرس سا بادانجسيدمبوان.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، الموقع، رضا العملاء

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA Padangsidimpuan”**. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag UIN Syekh Ali Hasan Indonesia Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Syekh Ali Hasan Indonesia Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Rukiah, M. Si, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dra. Replita, M. Si, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S. H. I., M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Idris Saleh, S.E.I., M.E selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi

peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

7. Teristimewa kepada keluarga tercinta sebagai ungkapan terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada Orang tua tercinta Ayahanda Muji Baginda Malim, dan Ibunda tercinta Irawati Siregar, yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a , dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan mamak dan bapak saya bisa berada dititik ini. sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi kalian harus selalu ada disetiap perjalanan hidup saya. Iioveyouu more more and more.
8. Kepada cinta kasih ketiga saudara kandung saya, kakak saya (Almh) Sutia S.Pd, terimakasih untuk waktu y5ang pernah almh berikan, terimakasih sudah menjadi panutan sehingga adekmu dapat berada ditempat ini meskipun pada akhirnya dia harus berjuang tanpa kau temani. Dan adik saya Febi Novita, Warni Sri Buana Zira, Terimakasih atas segala do'a dan usaha, support yang telah diberikan kepada saya dalam proses pembuatan karya tulis ilmiah ini.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Amri Syahrema. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga maupun materi kepada penulis. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya. *I'm Falling without you.*

10. kepada para sahabat saya Aninda vega lubis, Norani Nasution, Nyanya Likana, Lia Zaitun, Indah Suci Irawan, Ines Desianti, Aulia Munthe, dan Dian Efriani. Yang selalu menyemangati dan mendoakan serta memberikan semangat untuk penulis. Serta terimakasih saya ucapkan untuk teman-teman seperjuangan saya warga Conoha Es 4 angkatan 2019 yang sama-sama berjuang untuk meraih gelar S.E semoga kita semua meraih kesuksesan dunia dan akhirat.

11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri sendiri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penelitian ilmiah ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidimpuan, November 2023
Peneliti,

MEMMI ATIKA
NIM. 19 402 00130

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf lain.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā`	B	Be
ت	tā`	T	te
ث	Śā	Ś	es (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	je
ح	hā`	H	ha (dengan titik di bawahnya)
خ	khā`	Kh	ka dan kha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atasnya)
ر	rā`	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sīn	S	es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Şād	Ş	es (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	D	de (dengan titik di bawahnya)
ط	ṭā`	Ṭ	te (dengan titik di bawahnya)
ظ	zā`	Z	zet (dengan titik di bawahnya)
ع	‘ain	...‘...	koma terbalik (di atas)

غ	Gain	G	ge
ف	fā`	F	ef
ق	Qāf	Q	qi
ك	Kāf	K	ka
ل	Lām	L	el
م	Mīm	M	em
ن	Nūn	N	en
و	Wāwu	W	we
هـ	hā`	H	ha
ء	Hamzah	'	<i>apostrof</i> , tetapi lambing ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	yā`	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

- a. Vokal Tunggal adalah bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
/	Fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— و	Dammah	U	u

- b. Vokal Rangkap adalah bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
.....ي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
و.....	Fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....ئ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ.....ئ	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و.....ؤ	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

3. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah hidup yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah/h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: **ال**. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di xiiindepe dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara; bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan

untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan, *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*, Cetakan Kelima, 2003. Jakarta: Proyek Pengajian dan pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
ABSTRAK ARAB	iii
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Defenisi Operasional Variabel	10
E. Rumusan Masalah.....	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Peneliti	12
BAB II	14
LANDASAN TEORI.....	14
A. Kerangka Teori	14
1. Kepuasan Pelanggan	14
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	14
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan	16
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	17
d. Sifat-sifat Pelanggan	19
e. Kepuasan Pelanggan dalam Islam	19
2. Kualitas Pelayanan	21
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	21
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	22

1) Keandalan (<i>Reliability</i>).....	22
2) Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).....	23
3) Bukti Langsung (<i>Tangible</i>).....	23
4) Jaminan (<i>Assurance</i>).....	23
5) Empati (<i>Empathy</i>).....	24
c. Kiat-Kiat Pelayanan yang Baik	24
d. Kualitas Pelayanan dalam Islam	25
3. Lokasi	26
a. Pengertian Lokasi	26
b. Indikator-indikator lokasi	27
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
A. Lokasi dan waktu Penelitian	34
B. Jenis penelitian	34
C. Sumber Data	34
1. Data Primer.....	35
2. Data sekunder	35
D. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel	36
E. Instrumen Pengumpulan Data	37
1. Wawancara.....	38
2. Kuesioner.....	38
3. Dokumentasi.....	38
F. Teknik Analisis Data	39
1. Uji Instrument.....	39
2. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Multikolinieritas	40
c. Uji Heteroskedastisitas.....	41
3. Persamaan Regresi linear Berganda.....	41

4. Uji Hipotesis	42
a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)	42
b. Uji Parsial (Uji-t)	43
c. Uji Simultan (Uji F).....	43
BAB IV.....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Hasil Penelitian	44
B. Hasil Analisis Data	49
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
D. Keterbatasan Penelitian	62
BAB V.....	64
PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Implikasi Hasil Penelitian	65
C. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Ekspedisi Terbaik	2
Tabel 1.2 Data Keluhan 2 Tahun Terakhir.....	8
Tabel 1.3 Definisi Operasional Variabel1.....	10
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III.1 Jumlah Pelanggan 2 Tahun Terakhir	38
Tabel IV.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	48
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel IV.3 Karakteristik Berdasarkan Menjadi Pelanggan.....	49
Tabel IV.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	50
Tabel IV.5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	51
Tabel IV.6 Uji Validitas Lokasi (X_2)	51
Tabel IV.7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel IV.8 Uji Reliabilitas	53
Tabel IV.9 Uji Deskriptif Statistik	53
Tabel IV.10 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel IV.11 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel IV.12 Uji Heteroskedasitas	56
Tabel IV.13 Uji Persial (Uji t)	57
Tabel IV.14 Uji Simultan (F).....	57
Tabel IV.15 Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel IV.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kiriman Keluar	6
Gambar 11.1 Kerangka Pikir	34
Gambar IV.1 Struktur Organisasi JNE Sa Padangsidempuan	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Jasa pengiriman merupakan bagian dari kebutuhan konsumen, konsumen cenderung menginginkan sesuatu yang bersifat cepat, mudah, aman, dan praktis dalam hal pengiriman barang. Kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta berkembangnya bisnis toko online atau *e-commerce* menunjukkan tingginya antusiasme konsumen akan jasa pengiriman barang. Hal ini dipengaruhi oleh perkembangan toko online yang menggunakan jasa pengiriman. Banyak sekali perusahaan jasa pengiriman di Indonesia salah satunya JNE *Ekspress*.

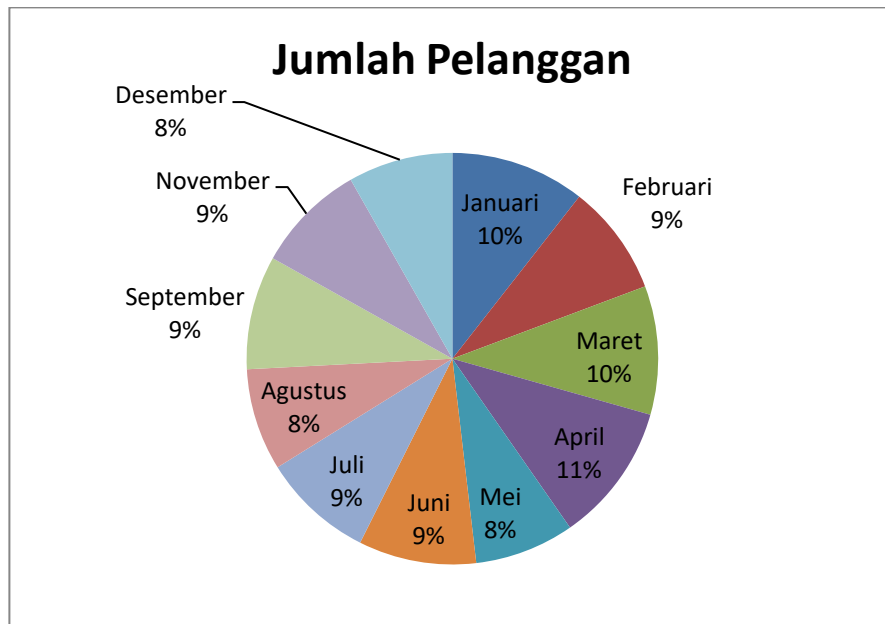
JNE *Ekspress* adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang yang beroperasi di Indonesia, yang didirikan pada tanggal 26 November 1990. Perusahaan harus terus berinovasi agar dapat bersaing dengan kompetitor serta harus mempertahankan konsumennya. Semacam inovasi teknologi pada sistem pengiriman, dan pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab serta tingkatkan loyalitas konsumen supaya dapat mempertahankan kepuasan konsumennya.¹

¹ Anita Nurjannah, dkk, Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Ekspedisi J&T Expres Dengan Metode Algoritma Naive Bayes, *dalam Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, Volume 1, No. 2, April 2022.

JNE *Exspress* merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang. Hadir sebagai perusahaan *express* baru di Indonesia, JNE *Express* siap melayani untuk mendapatkan pelayanan kiriman paket yang cepat, nyaman, dan terpercaya.² Permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu kualitas pelayanan yang kurang efektif seperti kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman, kemudian fasilitas serta sarana dan prasarana dikantor cabang JNE *Express* dan jaminan barang yang diterima. Hal ini dapat berdampak langsung terhadap kepercayaan pelanggan. Seiring dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi pada saat ini, kebutuhan dan kemudahan dalam mengakses serta memanfaatkan teknologi informasi salah satunya *internet* semakin meningkat. Hal ini dibuktikan bahwa JNE *Express* memberikan kemudahan kepada konsumen seperti layanan *hotline* 24 jam, aplikasi JNE *Express* di ponsel *Appstore* dan *Play Store* dsb. Dengan adanya inovasi tersebut diharapkan dapat menarik pelanggan agar bisa menggunakan jasa pengiriman JNE *Express*.³

² *Ibid.*

³ Ratna Yunita Dewi dan Sri Yanthy Yosepha, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express, *dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, Volume 1, No. 1, November 2020.



Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dimana seberapa jauh adanya suatu perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan atas suatu layanan tersebut.⁴ Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting, kita lihat keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Beberapa Perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan. Tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak

⁴ Septy Agil Sejati dan Soepatini, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Karesidenan Surakarta, dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 3, No. 4, April 2023.

sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli.⁵

Pelanggan yang menyampaikan keluhan pada perusahaan dan keluhan mereka didengarkan oleh pihak perusahaan akan menceritakan perlakuan baik yang mereka terima tersebut kepada rata-rata 5 orang. Tetapi, pelanggan yang tidak puas rata-rata menggerutu kepada 11 orang, Jika masing-masing orang tersebut masih memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendapatkan berita buruk itu akan berlipat ganda.⁶

Berdasarkan wawancara dengan ibu wahidah seorang penjual buah yang menyatakan, bahwasanya dia merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberika oleh JNE *Express* SA ini akibat barang rusak akibat dari itu pelanggan merasa kecewa.⁷ Berbeda dengan wancara selanjutnya dilakukan peneliti dengan bapak hapisuddin yang pada saat itu ingin melakukan pengiriman dokumen yang menyatakan, saya pernah menggunakan JNE *Express* SA dan kiriman saya pernah lama sekali sampai ketempat tujuan padahal menurut perkiraan ibu anggota JNE *Express* barang diperkirakan akan sampai paling lama tiga atau sampai empat hari, namun kenyataannya berbeda.⁸

⁵ Freddy Rangkuti, *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001* (Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013), hlm. 7.

⁶ Philip Kotler, *Marketing Insights From A to Z 80 Concepts Every Manager Needs to Know*, Alih Bahasa Anies Lastiati, *Marketing Insights From A to Z 80 Konsep Yang Harus Dipahami Setiap Manajer* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 143.

⁷ Wawancara Dengan Ibu Wahidah Seorang Penjual Buah Pada Tanggal 27 Juni 2023 Pukul 10:15 Wib.

⁸ Wawancara Dengan Bapak Hapisuddin Pada Tanggal 27 Juni 2023 Pukul 10:15 Wib.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Hutasoit, Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan. Sedangkan Menurut Kotler sendiri, Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁹ Artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE *Express* baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain dari kualitas pelayanan yang baik ada hal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan oleh Handi Irawan tentang faktor pendorong kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, harga, kualitas jasa, faktor emosional, dan biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.¹⁰ Dari beberapa faktor tersebut banyak hal yang harus ditingkatkan oleh pihak Perusahaan supaya pelanggan merasa puas.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara pelayan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan dimana jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas

⁹ Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan, *dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 6, No. 2, Desember 2013, hlm. 4.

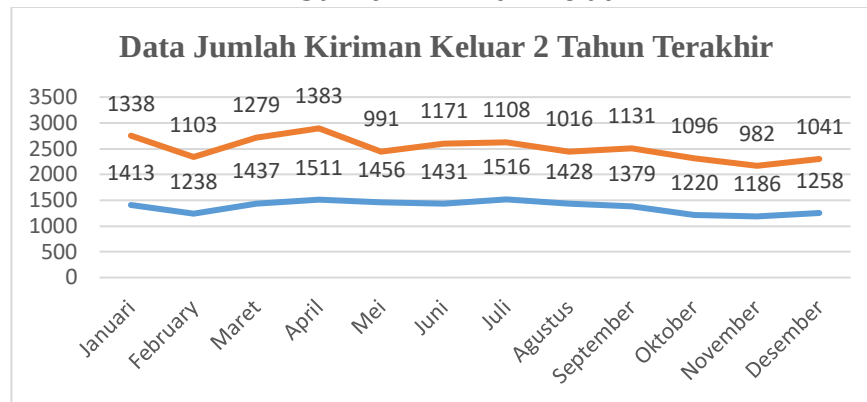
¹⁰ Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati, hlm. 117.

pelayanan akan dipersepikan baik dan memuaskan.¹¹ Yang mana banyak perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang yang sudah banyak membuka cabang di daerah. Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan harus di tingkatkan.

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya. Dengan mereka merancang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggannya sehingga para pelanggannya selalu merasa diperhatikan dan merasa terpuaskan dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semua itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang terus sesuai dengan tuntutan persaingan dan dapat menjadi pemimpin pasar yang tangguh. Namun jika dilihat dari tuntutan dari perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain perlu ditekankan kualitas pelayanan yang bagus faktanya jumlah pengiriman keluar pada tahun sebelumnya terjadi penurunan yang fluktuatif berikut datanya:

¹¹ Putu Bela Aliani Putri dan Wayan Suartina, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express), *dalam Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Pariwisata*, Volume 3, No. 4, April 2023, hlm. 799-807.

Gambar I.1
Jumlah Kiriman Keluar



Sumber: JNE Expreesa, 2023

Berdasarkan data diatas, terjadinya fluktuasi yang begitu signifikan jumlah pengiriman barang dari tahun 2021 untuk tren warna biru kasus penurunan barang terjadi pada bulan februari, bulan mei bulan agustur dan bulan november. Jika dilihat dari tren penurunan dari tren begitu signifikan di bulan itu pada 2 tahun sebelumna terjadi pada garis tren warna orange. Sehingga dapat disimpulkan terjadinya penuruan kualitas dari pelayanan yang terjadi pada ekspedisi JNE Express.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan tentang pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang.¹²

¹² Roky Apriansyah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat, *dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Volume 7, No. 2, 2018, hlm. 39.

JNE *Express* yaitu perusahaan jasa pengiriman yang tergolong baru dalam perluasan jaringan di Indonesia. JNE *Express* SA Kota Padangsidimpuan ialah salah satu dari sekian banyaknya perusahaan yang bekerja dibidang jasa pengiriman dalam melayani pelanggan untuk melaksanakan pengiriman barang atau dokumen. Perusahaan tersebut bergerak dengan mengkedepankan sistem IT yang sudah digunakan JNE *Express* sejak proses penyortiran hingga barang diterima pelanggan.¹³ JNE *Express* sendiri melayani pengiriman keseluruhan pedalaman kota maupun luar kota maupun luar negeri. Bukan hanya itu saja pihak JNE *Express* juga menyediakan layanan pengambilan barang dan mengatur dengan cepat ke konsumennya, pada waktu yang bersamaan. Tidak dapat dipungkiri bahwa jasa pengiriman barang dan jasa sangat dibutuhkan, baik untuk individu, organisasi, ataupun perusahaan. Berikut perbandingan data untuk keluhan pelanggan 2 tahun terakhir.

Tabel I.1
Data Keluhan 2 Tahun Terakhir

Nama Keluhan	2021	2022
Salah Alamat	23	41
Kiriman Terlambat	41	53
Kiriman Hilang	2	3
Kiriman Rusak	6	7

Sumber: JNE Express, 2023

Berdasarkan data diatas terjadinya peningkatan keluhan dari masyarakat akan kualitas pelayanan yang meningkat setiap tahunnya keluhan seperti ini

¹³ Oktaviana Dwi Mawarni, Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express, *dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Volume 10, No. 1, April 2022, hlm. 445-450.

macam macam, ada yang salah alamat, kiriman terlambat, hilang dan rusak kasus seperti ini jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya terjadi kenaikan dari keluhan pelanggan sehingga pelanggan bisa jadi akan kecewa jika kasus tersebut sering terjadi.

Pengiriman barang (bahan baku, bahan jadi, ataupun setengah jadi) yang salah alamat, tidak tepat waktu dalam mengantarkan pesanan (terlambat), barang kiriman yang hilang, barang kiriman yang rusak, dan lainnya dapat menyebabkan pelanggan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa pengiriman barang tersebut.

Di Kota Padangsidimpuan terdapat banyak pelanggan yang menggunakan Ekpedisi atau jasa pengiriman untuk pengiriman barang. Faktor yang penting saat saat mengirimkan barang dilihat dari kondisi fasilitas dan dari berbagai arah untuk bisa parkir. Untuk itu fasilitas yang dimaksud adalah beruka lokasi seperti parkir dan tempat yang nyaman, Karena lokasi salah satu dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah jasa ekspedisi. Persaingan yang semakin ketat itu ditandai dengan banyaknya ekspedisi yang baru. Pelayanan pun beraneka macam juga lokasi yang ditempati sehingga dengan begitu akan memunculkan ciri tersendiri. Hal tersebut menuntut pihak pihak JNE yang ada untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul kompetitornya.

Dari permasalahan yang ada di atas, maka saya sebagai penulis tertarik dalam mengkaji permasalahan ini untuk lebih dalam lagi. Sehingga saya sebagai

peneliti memutuskan untuk memilih judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang dihadapi oleh JNE *Express* SA Padangsidempuan yaitu:

1. Kurang tepatnya waktu pengiriman barang oleh petugas JNE *Express* SA Padangsidempuan yang belum sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Seringnya salah alamat yang dilakukan oleh petugas JNE *Express* SA Padangsidempuan yang mengakibatkan keterlambatan waktu penyampaian barang.
3. Lokasi Parkir yang belum memadai.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dan supaya peneliti ini lebih fokus membahas topik penelitiannya, maka peneliti membatasi masalah pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel mempunyai banyak arti. Operasional variabel merupakan penjelasan masing-masing dari variabel yang ditentukan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian dimana alternatif yang di beli minimal sama saja atau melebihi harapan pelanggan.	a. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan. b. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis. c. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilaayangkan	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.	a. Keandalan (<i>Reliability</i>) b. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) c. Jaminan (<i>Assurance</i>) d. Empati (<i>Emphaty</i>) e. Bukti langsung (<i>Tangible</i>)	Ordinal
3	Lokasi (X2)	Lokasi adalah Keputusan yang dibuat perusahaan berkaitandengan dimana operasi dan stan akan ditempatkan. Lokasi yang dimaksud adalah fasilitas dan tempat parkir dari JNE SA Cabang Padangsidimpuan	a. Keterjangkauan lokasi b. Kelancaran akses menuju lokasi c. Kedekatan lokasi	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara Simultan?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara Simultan.

G. Manfaat Peneliti

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai pengetahuan dan menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan. Serta diharapkan untuk menambahkan wawasan ilmu pengetahuan mengenai ekonomi perencanaan serta sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan di bidang S-1 Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Indonesia Addary.

2. Bagi JNE *Express* SA Padangsidempuan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk JNE *Express* SA Padangsidempuan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan dimasa yang akan datang.

3. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini semoga menjadi bahan pemikiran dalam membangun sumber daya manusia terutama yang berkaitan dengan masalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau informasi untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan penelitian yang sejenis atau sama dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja yang dihasilkan gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan , maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa sangat puas dan merasa senang.¹

Keputusan merupakan tingkat dimana perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.² Kepuasan lebih banyak didefinisikan dari prespektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontiniu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 138-139.

² Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2012), hlm. 193.

keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.³ Pelanggan merupakan seorang individu atau kelompok yang membeli produk fisik atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan lain sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.⁴ Menurut Kotler dalam Mts. Arief, yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah antara kinerja yang ia rasakan terhadap harapannya. Menurut Yazid, kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi sementara kinerja biasa saja maka kepuasan tidak tercapai, sebaliknya bila kinerja melebihi harapan maka kepuasan meningkat.

³ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 174.

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hlm. 162.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan

Lupiyoardi menyebutkan ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, diantara yaitu:⁵

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasimereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, yaitu konsumen akan merasa puas ketika orang memujinya karenakan menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menerapkan harga yang relatif murah akan memeberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuan waktunya untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualiatls produknya. Produk akan dikatakan

⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Prilaku Konsumen Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 239.

berkualitas apabila memenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk. Harapan ini bertumpu pada citra produk.

c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.⁶

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan pesaing). Kotler mengemukakan ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut.⁷

1) Sistem keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*Customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan dari mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat yang strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*Customer hot-lines*) dan lainnya.

⁶ Fazar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Jakarta: Erlangga, 20015), hlm. 98.

⁷ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 120-122.

2) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya, banyak penelitian yang melakukan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para pelanggannya.

3) *Analysis Problem*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini responden diminta untuk memberikan peringkat seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

5) *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Selain itu ghost shopper juga dapat mengamati atau

menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

6) *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan akan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti dari membeli atau yang sudah beralih pemasok.

d. Sifat-sifat Pelanggan

Ada beberapa sifat-sifat pelanggan yang harus dikenali oleh perusahaan yaitu:⁸

- 1) Pelanggan dianggap sebagai raja.
- 2) Ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- 4) Pelanggan maunya diperhatikan.
- 5) Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan.

e. Kepuasan Pelanggan dalam Islam

Dalam ilmu ekonomi islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam islam mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam berkaitan dengan keimanan yang

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 223.

melahirkan rasa syukur.⁹ Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ
١٥٩

Artinya: Maka disebabkan 20ndepe dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Hikmah yang dapat diambil dari Q.S Ali Imran ayat 159 ini tentang kepuasan pelanggan diantaranya, karyawan harus mempunyai sifat lemah lembut pada saat melayani para pelanggannya, karyawan juga harus menerapkan sifat pemaaf seperti yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW, bila ada permasalahan dengan pelanggan harus diupayakan agar bisa di selesaikan dengan jalan musyawarah, dan pada akhirnya karyawan harus tawakkal artinya pelayanan terhadap pelanggan sudah diberikan secara maksimal oleh para karyawan terkait hasilnya hanya Allah yang menentukan. Wujud dari tawakkal tersebut memberikan layanan yang maksimal juga melalui do'a kepada Allah SWT.

⁹ Fitria Salahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya, *dalam Jurnal Ekonomi*, Volume 2, No. 4, April 2015.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan Indonesia pada persepsi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang ataupun berdasarkan persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi dari pelanggan. Kualitas jasa merupakan penilaian dari sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya disampaikan atau diberikan.¹⁰

Kualitas memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan dari pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan produk yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa itu tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.¹¹

Jadi kualitas adalah berpusat pada adanya upaya untuk pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan dalam

¹⁰ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, hlm. 118.

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Esis, 2016), hlm. 100.

penyampaianya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.¹² Pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula mengakibatkan kepemilikan apapun.¹³ Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan.¹⁴

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mencapai kualitas pelayanan ada beberapa dimensi yang harus dimiliki yaitu:¹⁵

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dengan andal yang akurat. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Semakin baik persepsi terhadap keandalan perusahaan

¹² Muhammad Isa, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar 'Potensi' Panyabungan, *dalam Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* Volume 5, No. 1, Juni 2009.

¹³ Fazar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, hlm. 85.

¹⁴ Ai Lili Yulianti, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung, *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 11, No. 2, September 2016, hlm. 266.

¹⁵ Fera Kurniasari dan Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto, Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan, *dalam Jurnal Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, Volume 3, No. 2, Oktober 2020.

maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat tinggi, selanjutnya jika persepsi terhadap keandalan buruk maka kepuasan pelanggan akan semakin rendah.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Ketanggapan dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

3) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yaitu bukti nyata kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terlihat oleh penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Bukti fisik meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai hingga sarana komunikasi. Persepsi pelanggan dapat dipengaruhi oleh bukti fisik yang baik. Aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan. Jika perusahaan menjamin keamanan pelanggan, maka pelanggan akan merasa

aman dan tidak ada keraguan lagi untuk memakai produk/layanan perusahaan. Sebaliknya jika tidak ada jaminan keamanan, pelanggan akan merasa was-was.

5) Empati (*Empathy*)

Empati yaitu kepekaan akan kebutuhan pelanggan, serta kemampuan untuk memberikan perhatian secara individu terhadap pelanggan merupakan bentuk empati. Pelanggan akan merasa puas jika diperhatikan oleh perusahaan, keluhan-keluhannya ditanggapi dan mendapatkan komunikasi dua arah yang baik dari perusahaan.

c. Kiat-Kiat Pelayanan yang Baik

Ada beberapa kiat-kiat yang baik yaitu sebagai berikut:¹⁶

- (1) Kecepatan waktu pelayanan
- (2) Akurasi / ketepatan pelayanan
- (3) Kesopanan dan keramahan pelaku usaha
- (4) Tanggung jawab dalam menangani keluhan pelanggan
- (5) Jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya
- (6) Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi, dan petunjuk / panduan lainnya
- (7) Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan, fasilitas, teknologi, dan lainnya.

¹⁶ Nurlia, Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 1, No. 2, Juni 2018.

d. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/ pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas. Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanat Allah. Manusia diberikan kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhalifaannya ini dan mengambil keuntungan dan manfaat pelayanan, manusia dapat berkehendak bebastetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun akhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, namun juga kepada lingkungan.¹⁷ Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Ahzab Ayat 21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا
اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ٢١

Artinya : Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suritелadan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.

Ayat ini merupakan gambaran perilaku agung Rasulullah SAW dalam perkataan, perbuatan, dan perilakunya. Untuk itu Allah SWT memerintahkan kita untuk meneladani akhlak dan sifat Rasulullah SAW dalam semua tindakannya.

Hikmah yang terdapat pada surah Al-Ahzab ayat 21 tersebut dalam hal penerapan pelayanan adalah karyawan harus mencontohkan akhlak

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif dan Evis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hlm. 90.

Rasulullah SAW dalam semua aktifitas dalam bentuk perilaku. Perilaku baik karyawan tidak hanya diterapkan saat melayani para pelanggannya tetapi juga harus diterapkan pada semua aktifitasnya. Hal ini disebabkan karena saat ini pelanggan telah menjadi sangat *sensitive*, suatu hal kecil yang menjadi kesalahan akan mengakibatkan pada hancurnya kredibilitas perusahaan.¹⁸

3. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah Keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stan akan ditempatkan, sedangkan menurut fandy tjiptono, indikator lokasi yang harus dipertimbangkan ialah sebagai berikut: akses, visibilitas, tempat parkir yang luas, aman, nyaman dan lingkungan yang mendukung.¹⁹ Sedangkan pengertian Lokasi dikutip dari jurnal manajemen bisnis oleh maretta ginting adalah tempat atau daerah dimana pedagang menjual dagangannya. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha. Lokasi yang strategis membuat konsumen tertarik untuk datang dan memilih melakukan transaksi pembelian di tempat tersebut. Pengusaha harus juga mempertimbangkan untuk selalu melakukan perbaikan lokasi karena lokasi yang baik sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dan

¹⁸ Danang Kurniawan, Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam Di Bank Syariah, dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3, No. 1, 2020.

¹⁹ Haja Aveto, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, hlm. 369.

pada akhirnya konsumen akan tetap berkunjung ke tempat tersebut.²⁰

Maksud dari lokasi yang benar adalah menyediakan tempat parkir yang dan memberikan lokasi untuk parkir demi kenyamanan dari pelanggan sendiri.

b. Indikator-indikator lokasi

- 1) Keterjangkauan lokasi
- 2) Kelancaran akses menuju lokasi
- 3) Kedekatan lokasi

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kajian terhadap hasil-hasil penelitian. Adapun penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis angkat antara lain.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Herri Affandi,dkk. Jurnal Teknik Sipil, vol 6, No.3, Mei 2017.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. ²¹	Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor menunjukkan kesungguhan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila faktor menunjukkan

²⁰ Maretta Ginting, dkk, Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor), *dalam Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI*, Volume 23, No. 1, Januari 2015, hlm. 12.

²¹ Herri Affandi dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pose Kabupaten Aceh Utara, *dalam Jurnal Teknik Sipil*, Volume 6, No. 3, Mei 2017.

			kesungguhan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase akan semakin meningkat.
2	Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti. <i>Jurnal Manajemen</i> , Vol 11, No. 2, September 2016	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE cabang Bandung. ²²	Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa keandalan secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.
3	Indonesia Made Arie Sulistyawati dan Indonesia Ketut Seminari <i>Jurnal Manajemen</i> Vol 4, No. 8 Oktober 2015.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. ²³	Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.
4	Abdul Gofur, <i>Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis</i> Vol 4, No. 1, Februari 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. ²⁴	Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara persial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5	Arif Rahman dan Slamet Heri	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap	Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi

²² Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung, *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 11, No. 2 September 2016.

²³ Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar, *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 4, No. 8, 2015.

²⁴ Abdul Gofur, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, *dalam Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, Volume 4, No. 1, Februari 2019.

	Winarno. Jurnal Pemasaran, Vol 3, No. 1, Oktober 2019	kepuasan pelanggan pada CV. Jaya Motor Bekasi. ²⁵	yang menyatakan bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 58,7% dan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti pemberitahuan promosi, tata ruang atau <i>lay out</i> , citra organisasi dan budaya kerja organisasi
6	Indra Firdiyansyah, Jurnal Elektornik REKAMAN, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam	Berdasarkan hasil penelitian bahwa Kualitas pelayanan secara parsial Berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $5,560 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai t hitung lebih besardaripada nilai t tabel $4,879 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,383 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$

²⁵ Arif Rahman dan Slamet Heri Winarno, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Jaya Motor Bekasi, dalam *Jurnal Pemasaran*, Volume 3, No. 1, Oktober 2019.

Hasil penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dan menyusun kerangka Indonesia mengenai penelitian ini. Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

a. Herri Affandi, dkk

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara”. Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya saja, penelitian ini meneliti di JNE Express SA Padangsidempuan sedangkan Herri Affandi, dkk meneliti di Perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara.

b. Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung”. Persamaannya dengan penelitian ini sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan Perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya saja, penelitian ini meneliti di JNE Express SA Padangsidempuan sedangkan Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti meneliti di JNE Cabang Bandung.

c. Indonesia Made Arie Sulistyawati dan Indonesia Ketut Seminari

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar”. Persamaannya dengan

penelitian ini adalah sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Y, Sedangkan perbedaannya penelitian ini meneliti di JNE Express SA Padangsidempuan sedangkan Indonesia Made Arie Sulistyawati dan Indonesia Ketut Seminari meneliti di Restoran Indus Ubud Gianyar.

d. Abdul Gofur

Meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Persamaannya dengan peneliti sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan Kepuasan pelanggan sebagai variabel Y, sedangkan perbedaannya adalah Abdul Gofur Menambahkan harga sebagai variabel X sedangkan penelitian ini tidak ada menambahkan harga sebagai variabel X.

e. Arief Rahman dan Slamet Heri Winarno

Pada CV. Jaya Motor Bekasi”. Persamaannya sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan Kepuasan pelanggan sebagai variabel Y, Perbedaannya adalah tempat penelitiannya saja, peneliti meneliti di JNE Express SA Padangsidempuan sedangkan Arief Rahman dan Slamet Heri Winarno meneliti pada CV. Jaya Motor Bekasi.

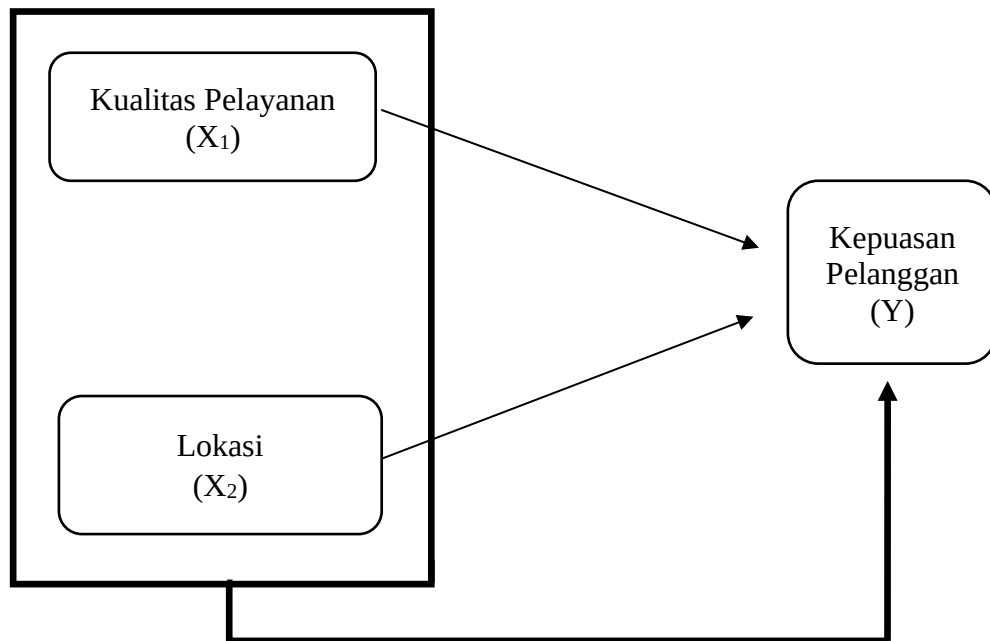
f. Indra Firdiyansyah

Meneliti tentang “Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam” Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada kualitas pelayanan

x_1 , dan Lokasi sebagai variabel independen, untuk perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada variabel harga.

C. Kerangka Pikir

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Keterangan :

X_1 : Kualitas Pelayanan (Variabel Bebas)

X_2 : Lokasi (Variabel Bebas)

Y : Kepuasan Pelanggan (Variabel Terikat)

—————> : Secara Parsial (Secara Individu)

—————> : Secara Simultan (Secara Bersama)

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis

merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik.²⁶

H₁: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial.

H₂ : Terdapat Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial.

H₃ : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan secara simultan.

²⁶ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2017), hlm. 59.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil oleh peneliti, maka penelitian ini dilaksanakan di JNE *Express* SA Padangsidimpuan. Sedangkan waktu penelitian yang dilaksanakan pada bulan Indonesia 2023 sampai dengan selesai. Waktu yang ditetapkan ini dipergunakan untuk mengambil data, mengolah data, dan mendapatkan hasil penelitian yang akan dicantumkan pada laporan hasil penelitian.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya diukur dalam suatu skala numerik (angka) yang dibedakan menjadi data interval dan rasio. Penelitian kuantitatif selalu berhubungan dengan angka, baik angka yang diperoleh dari angka pencacahan maupun perhitungan. Data yang diperoleh oleh pencacahan selanjutnya diolah dan disajikan dalam bentuk yang mudah dimengerti oleh pengguna data tersebut. Sajian data kuantitatif sebagai hasil analisis kuantitatif dapat berupa angka-angka maupun gambar-gambar grafik.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer menurut Umi Narimawati adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data. Dalam penelitian ini data primer akan diperoleh dari hasil wawancara terhadap seseorang informan.¹

2. Data sekunder

Data sekunder Menurut Sugiyono yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan undang-undang ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai sistem pengendalian internal atau sistem dan prosedur pengkajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja.²

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek/subjek yang memiliki kualitas dan

¹ Melda Yanti, dkk, *Jurnal Saintek Maritim*, Vol. 22, No. 2, Maret 2022

² Nurjannah, *Jurnal Mahasiswa*, Vol 1, November 2021

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan.³

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Hal ini mencakup seluruh anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian dari elemen populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan di generalisasikan terhadap populasi.⁴

Untuk melihat sampelnya bisa dilihat pada jumlah pelanggan JNE Express 2 tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel III.1
Jumlah Pelanggan 2 Tahun Terakhir

Bulan	2021	2022
Januari	1413	1338
February	1238	1103
Maret	1437	1279
April	1511	1383
Mei	1456	991
Juni	1431	1171
Juli	1516	1108
Agustus	1428	1016
September	1379	1131
Oktober	1220	1096
November	1186	982
Desember	1258	1041
Jumlah	16473	13639

Sumber: JNE Express Cabang Padangsidimpuan

³ Ananta Wikrama Tungga, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 79.

⁴ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2009), hlm. 147.

Untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan populasi 30.166 pelanggan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

d = toleransi kesalahan atau *error* 10%

melalui rumus diatas jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{30166}{1+30166(0.1)^2}$$

$$n = \frac{30166}{1+30166 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{30166}{1+ 301,66}$$

$$n = 99,66 \approx 100$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 Orang.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan nya mengumpulkan agar kegiatannya menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Teknik Pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.⁵

2. Kuesioner

Metode kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengukuran kuesioner digunakan dengan cara menggunakan skala likert (*Likert Scale*), dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Instrumen pertanyaan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode yang dilakukan peneliti untuk menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen-dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan sebagainya.⁶ Dokumentasi dalam penelitian ini buku, catatan lapangan, dokumen pribadi yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti.

⁵ Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 225.

⁶ *Ibid*, hlm. 146.

F. Teknik Analisis Data

Proses analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang ingin di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, angket, dan dokumentasi. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah bantuan SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 25 sebagai alat hitung.

1. Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian validitas berhubungan ketepatan alat ukur untuk mencapai sasarannya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuannya. Alat ukur yang tidak valid disebut dengan kesalahan varian (*error*).⁷ Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r -hitung, (nilai *pearson relation*) yang dibandingkan dengan r -tabel, dimana r -tabel

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama.⁸ Perhitungan reabilitas dilakukan terhadap butir-butir *independen training* yang valid, dianalisis dengan *independen alpha independen*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan

⁷ *Ibid*, hlm. 310.

⁸ *Ibid*, hlm. 311.

reliabel jika nilai *alpha cronbach* $> 0,60$. Jika reliabilitas $< 0,60$ kurang baik, sedangkan $0,70$ dapat diterima dan $> 0,80$ adalah baik.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal.⁹ Pengambilan keputusan dari uji normalitas yang menggunakan metode Uji Kolmogrov-Smirnov maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikan $< 0,1$, maka H_0 ditolak
- 2) Apabila nilai signifikan $> 0,1$ maka H_a diterima¹⁰

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel *independent* dalam suatu model regresi linier *berganda*.¹¹ Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .¹²

⁹ Sugiono dan Agus Susanto, *Cara Mandiri Belajar SPSS Dan Lisrel Teori Dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 321.

¹⁰ Timotous dan Teofilus, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 55-56.

¹¹ Sugiono and agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lirse* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 383.

¹² Dwi Priyanto, *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 93.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.¹³ Model yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *spearman*. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi antara variabel indeviden dengan absolut residual $< 0,1$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi antara variabel indeviden dengan absolut residual $> 0,1$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Persamaan Regresi linear Berganda

Persamaan Analisis Regresi Linear Berganda Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji independen dan uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.¹⁴

Untuk melihat bentuk persamaan dari regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots 3.1$$

Keterangan:

¹³ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi Dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 113.

¹⁴ Sugiono dan Agus Susanto, *Cara Mandiri Belajar SPSS Dan Lisrel Teori Dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*, hlm. 303.

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

β = Koefisien regresi

X = Variabel Bebas

e = Error

Persamaan yang terbentuk dari penelitian ini sebagai berikut

$$Kpl = a + \beta_1 Kpg + \beta_2 Lk + e \dots\dots\dots 3.2$$

Kpl = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Kpg = Kepuasan Pelanggan

Lk = Lokasi

e = error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Koefisien determinasi merupakan besarnya Indonesia variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin kemampuan variabel bebas (*dependent*) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (*independent*). Nilai determinasi berkisaran antara nol sampai dengan satu.¹⁵

¹⁵ Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity and Profitabilitas Index Dan Faktor Determinan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), hlm. 79.

b. Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian terhadap koefisien regresi dengan menggunakan uji-t merupakan pengujian yang dilakukan terhadap koefisien regresi secara individual dengan melihat pengaruh dan seluruh variabel dependent dengan kriteria pengujian.¹⁶

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,1 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel *independent* secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁷

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independent secara ndepen-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan Langkah-langkah sebagai berikut:

Menentukan F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistic pada tingkat signifikansi 0,1 dengan df 1 (jumlah variabel 1) dan df 2 ($n-k-1$) (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel 43ndependent).

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka, H_a diterima dan H_0 ditolak.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka, H_a ditolak dan H_0 diterima

¹⁶ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Gilingan: Bumi Aksara, 2014), hlm. 77.

¹⁷ Djaali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), hlm. 31.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Hasil Penelitian

1. Sejarah JNE (Jalur Nugraha Ekakurir)

JNE Merupakan Perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistic yang bermarkas di Jakar, Indonesia. Untuk Nama Resmisnya sendiri adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (TIKI JNE), PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakuriri didirikan pada Tanggal 26 November 1990 oleh J. Soeprapto Suparno. Yang Perusahaan dirintis sebagai sebuah divisi dari PT. Citra Van titipan kilat (Tiki) untuk mengurus jaringan kurir Internasional.

Bermula dengan delapan orang dan kapital 100 juta rupiah, JNE memulai kegiatan usahany yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE meperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi Perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara asia (ACCA) yang bermarkas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia.

Selama bertahun-tahun Tiki dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing -masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi Perusahaan diri sendiri

dengan manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri dan membedakanya dari tiki.

2. Visi dan misi

a. Visi

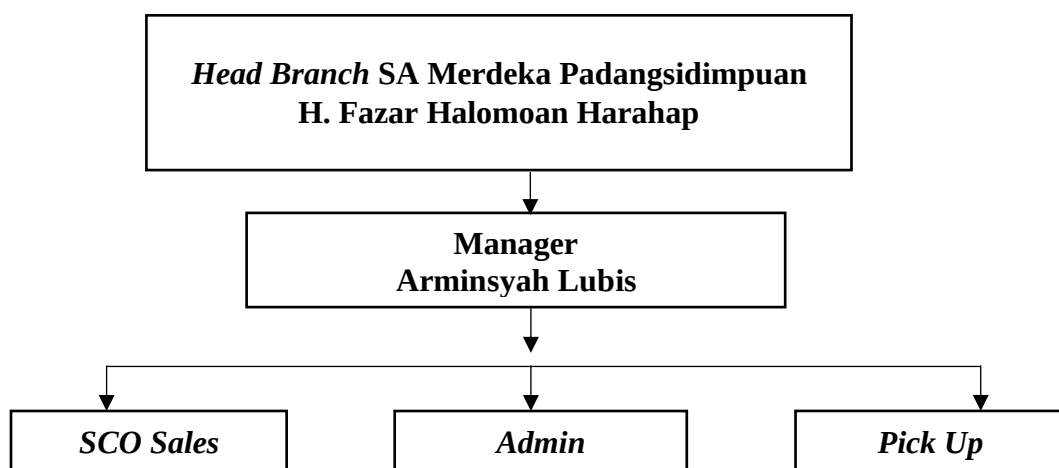
Untuk menjadi Perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia.

b. Misi

Memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.

3. Struktur Organisasi

Gambar IV. 1
Struktur Organisasi JNE Express SA Padangsidimpuan



Sumber: JNE Express SA Padangsidimpuan, 2023

4. Tugas dan tanggung jawab

a. Head Branch Padangsidimpuan

Head branch adalah pemimpin cabang yang dimana tugas dan tanggung jawabnya untuk mengordinasi dan mengawasi semua operasi cabang, termasuk perekrutan staf, pelatihan dan pengawasan.

b. Admin

Tugas dan tanggung jawabnya adalah kelancaran serta keakuratan data kiriman pelanggan

c. Sales counter

Sales counter tugas dan tanggung jawabnya adalah melayani pelanggan serta memproses dokumen atau pake yang akan dikirim.

5. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 100 Responden.

Kemudian dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan usia, jenis kelamin, menjadi pelanggan, agama, alamat, jenis pekerjaan. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut:

a) Karakteristik Responden berdasarkan usia

Tabel IV.1
Karakteristik Responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	%
< 20	16	0.16
21-25	26	0.26
26-30	32	0.32
31-35	17	0.17
36-40	8	0.08
40 >	1	0.01
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.1 hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa jumlah responden berusia <20 sebanyak 16 Orang dengan persentase 0,16%

b) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat disajikan melalui tabel IV.2 berikut:

Tabel IV.2
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	40	0.40
Perempuan	60	0.60
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.2 menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada laki-laki sebanyak 60 orang dengan persentase 0,60% jumlah sampel 100 orang. Sedangkan responden laki-laki ada 40 orang dengan persentase 0,40% artinya responden perempuan lebih banyak menggunakan jasa dari JNE SA Padangsidempuan dari hasil penelitian ini.

c) Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

Karakteristik responden berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan agar lebih terarah yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan alamat Kecamatan pada tabel IV.3 berikut:

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Pelanggan

Menjadi Pelanggan	Jumlah	%
0-5 bulan	32	0.32
6-10 Bulan	47	0.47
> 10 Bulan	21	0.21
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan data diatas rata-rata menjadi pelanggan paling lama 0-5 bulan yakni sebanyak 32 orang dengan persentase 32%. Sementara untuk pelanggan kisaran 6-10 bulan yaitu sebanyak 47 orang dengan persentase 0,47%. Terakhir untuk pengguna diatas > 10 bulan sebanyak 21 orang dengan persentase 0,21%.

d) **Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Karakteristik responden berdasarkan Jenis Pekerjaan yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan umur pada tabel IV.4 berikut:

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	%
Petani	6	0.06
ASN/TNI/POLRI	0	0.00
Wiraswasta	22	0.22
Ibu Rumah Tangga	15	0.15
Mahasiswa	32	0.32
Lainnya	25	0.25
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan data diatas bahwasanya terdapat karakteristik Responden berdasarkan jenis pekerjaan sebanyak 6 pekerjaan dimana jenis pekerjaan petani sebanyak 6 orang dengan persentase 0,06 %.

Setelah itu ada wiraswasta sebanyak 22 orang dengan persentase 0,22%, disamping itu dengan jenis pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 15 Orang dengan persentase 0,15 Orang.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak valid. Setelah angket disebarakan maka akan diperoleh hasil dari jawaban para responden pada setiap pernyataan yang meyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket dianalisis terlebih dahulu diuji validitas.

Tabel IV.5
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,483	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item2	0,561		Valid
Item3	0,603		Valid
Item4	0,710		Valid
Item5	0,540		Valid
Item6	0,667		Valid
Item7	0,541		Valid
Item 8	0,532		Valid
Item 9	0,654		Valid
Item 10	0,606		Valid
Item 11	0,526		Valid
Item 12	0,535		Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil uji validitas Kualitas Pelayanan (X_1) dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 9 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 100-2=98$ adalah 0,1654

Tabel IV.6
Uji Validitas Lokasi (X₂)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,877	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item2	0,713		Valid
Item3	0,764		Valid
Item4	0,783		Valid
Item5	0,886		Valid
Item6	0,772		Valid
Item7	0,778		Valid
Item 8	0,709		Valid
Item 9	0,688		Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari hasil uji validitas Lokasi (X₂) dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ adalah 0,1654

Tabel IV.7
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,630	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item2	0,612		Valid
Item3	0,656		Valid
Item4	0,681		Valid
Item5	0,598		Valid
Item6	0,633		Valid
Item7	0,668		Valid
Item 8	0,583		Valid
Item 9	0,653		Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan (Y) dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ adalah 0,1654

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Jika *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel IV.8
Uji Reliabilitas

NO.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,813	12	Reliabel
2	Lokasi (X2)	0,917	9	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,812	9	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan uji reliabilitas dari hasil output SPSS diatas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Pelayanan X1 yaitu $0,813 > 0,60$. Artinya variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dapat dikatakan reliable. Kemudian variabel Lokasi (X_2) yaitu $0,917 > 0,60$. Artinya variabel Lokasi (X_2) dapat dikatakan reliable. Selanjutnya Cronbach's Alpha untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) $0,812 > 0,60$. Artinya variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dikatakan reliable.

3. Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dalam bentuk mean, maksimum, dan minimum.

Tabel IV.9
Uji Deskriptif Statistik

Statistics				
		Y	X1	X2
N	Valid	100	100	100

Missing	0	0	0
Mean	38,97	51,20	37,92
Median	39,00	51,00	37,00
Std. Deviation	3,583	4,427	4,720
Minimum	28	42	15
Maximum	45	60	45

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nilai yang paling minimum yang terletak pada variabel X_1 Kualitas Pelayanan yaitu 42, dan nilai tertinggi 60, sedangkan nilai mean (rata-rata) yaitu 51,20. Sedangkan variabel X_2 Lokasi nilai minimum 15, dan nilai maximum 45, dan nilai Mean (rata-rata) yaitu 3337,92. Dan variabel Y Kepuasan Pelanggan nilai minimum yaitu 28, nilai maksimum yaitu 45, dan nilai Mean (Rata-rata) yaitu 38,97.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi $> 0,1$

Tabel IV. 10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,99852568
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,045
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan nilai tabel yang ada diatas nilai signifikansinya $P > 0,1$ maka distribusinya Normal, nilai signifikasninya $0,200 > 0,1$ memenuhi asumsi normalitas.

b. Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $< 0,10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$.”

Tabel IV.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,486	2,057
	X2	,486	2,057
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel di atas nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) ialah ($2,057 < 10,00$), variabel Lokasi (X_2) ialah ($2,057 < 10,00$). Sehingga dapat disimpulkan nilai VIF dari tabel diatas lebih kecil dari 10,00 ($VIF < 10,00$).

Sementara itu nilai *Tolerance* untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah ($0,486 > 0,10$), variabel Lokasi (X_2) ($0,486 > 0,10$). Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel adalah lebih

besar dari 0,10 (*Tolerance* > 0,10). Berdasarkan penilaian diatas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

c. Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,1. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel IV.12
Uji Heteroskedastisitas

Correlations			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan X1	Correlation Coefficient	1,000	,752**	,019
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,849
		N	100	100	100
	Lokasi X2	Correlation Coefficient	,752**	1,000	-,052
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,609
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,019	-,052	1,000
		Sig. (2-tailed)	,849	,609	.
		N	100	100	100

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

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel IV.12 di atas dapat diketahui bahwa Variabel X_1 Kualitas Pelayanan (X_1) dan X_2 Lokasi (X_2) mempunyai nilai Signifikan lebih besar dari 0,1 dengan nilai X_1 0,849 > 0,1 dan X_2 0,609 > 0,1 artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.13
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,384	3,536		4,633	,000
	X1	,412	,099	,509	4,176	,000
	X2	,040	,093	,052	,427	,670
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari data uji hasil regresi linier berganda pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Kpl = a + \beta_1 Kpg + \beta_2 Lk + e \dots\dots\dots 4.1$$

$$Kpl = 16,384 + 0,412 Kpg + 0,040 Lk + 3,536 \dots\dots\dots 4.2$$

Dan persamaan regresi di atas dapat di artikan bahwa:

- 1) Nilai konstan adalah sebesar 16,384 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1), dan Lokasi (X_2) nilai 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya 7,131
- 2) Nilai Koefisien Kualitas Pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,412 artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_1) ditambah 1 satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan JNE SA Padangsidimpuan naik sebesar 0,412 satu satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Nilai Koefisien Lokasi (X_2) adalah sebesar 0,040 artinya apabila variabel Lokasi (X_2) ditambah satu satuan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) naik sebesar 0,040 satu satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Lokasi (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y).

6. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.14
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,547 ^a	,300	,285	3,029
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.16 hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,300 artinya kolerasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) JNE Express SA Padangsidimpuan. terjadi hubungan Sedang.

Nilai R^2 sebesar 0,547 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) mampu menjelaskan variabel dependen atau Kepuasan Pelanggan (Y) Sebesar 54,7%. Sedangkan 45,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Adapun hasil regresi sebagai berikut:

Tabel IV.15
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,384	3,536		4,633	,000
	X1	,412	,099	,509	4,176	,000
	X2	,040	,093	,052	,427	,670

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai tabel yang diperoleh dan rumus $df = n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$ sebesar 1,6612 yaitu:

- 1) t_{hitung} Kualitas Pelayanan $X_1 = 4,176 > t_{tabel} = 1,660715$ maka H_a diterima artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan X_1 terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidimpuan
- 2) t_{hitung} Lokasi $= 0,427 < t_{tabel} = 1,660715$ maka H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidimpuan

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) secara keseluruhan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel IV.16
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	380,786	2	190,393	20,748	,000 ^b
	Residual	890,124	97	9,177		
	Total	1270,910	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel IV.14 diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 20,748 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 97$ yaitu sebesar 2,36, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, F_{hitung} ($20,748 > F_{tabel}$ 2,36) artinya H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidimpuan.” dengan jumlah Responden 100 Sampel. Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada JNE Express SA Padangsidimpuan.

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidimpuan

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap

proses, produk dan service yang dihasilkan Perusahaan dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. sehingga para pelanggannya selalu merasa diperhatikan dan merasa terpuaskan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE *Express* baik akan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Selain itu ada hal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan oleh Handi Irawan tentang faktor pendorong kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, harga, kualitas jasa, faktor emosional, dan biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Semua itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang terus sesuai dengan tuntutan persaingan.

Persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$Kpl = 16,384 + 0,412Kpg + 0,040Lk + 3,536 \dots\dots\dots 4.3$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan sebesar 0,412 satu satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Berdasarkan hasil dari analisis uji t menunjukkan bahwa $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, $-t_{hitung} - 4,033 < -t_{tabel} - 1,664320$ atau $t_{hitung} 4,176 > t_{tabel} 1,660715$ maka H_{01} ditolak dan artinya H_{a1} diterima. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan

terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial, artinya hipotesis diterima..

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu oleh Herri Affandi, dkk., Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, Abdul Gofur, Jurnal, Arif Rahman dan Slamet Heri Winarno, Indra Firdiyansyah secara parsial bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bahwa dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan.

b. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan

Lokasi adalah Keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stan akan ditempatkan, sedangkan menurut fandy tjiptono, indikator lokasi yang harus dipertimbangkan ialah sebagai berikut: akses, visibilitas, tempat parkir yang luas, aman, nyaman dan lingkungan yang mendukung.

Persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$Kpl = 16,384 + 0,412Kpg + 0,040Lk + 3,536 \dots\dots\dots 4.4$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan Lokasi sebesar 1 satuan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan 0,040 satu satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Berdasarkan hasil dari analisis uji t menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ H_0 ditolak dan artinya H_0 ditolak. Dapat

disimpulkan bahwa tidak terdapat Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial Artinya hipotesis ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan dan penurunan kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh lokasi, hasil ini menyatakan bahwa lokasi kurang penting bagi peningkatan kepuasan pelanggan terhadap sesuatu. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Izzudin dan Muhsin mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono, indikator lokasi yang harus dipertimbangkan ialah sebagai berikut: akses, visibilitas, tempat parkir yang luas, aman, nyaman dan lingkungan yang mendukung. Penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indra Firdiyansyah dengan hasil penelitian yaitu variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka semakin bagus fasilitas dari lokasi JNE maka akan semakin meningkat pulak kepuasan pelanggan untuk menggunakan jasa JNE *Express* SA Padangsidempuan. Namun, didalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh lokasi pada pada kepuasan pelanggan

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidempuan

Kualitas Pelayanan dan Lokasi merupakan salah satu indikator yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah dimana dengan kedua ini kepuasan nasabah akan meningkat terhadap terhadap suatu produk dari JNE Express SA dalam perusahaan jika Kualitas Pelayanan dan Lokasi selalu ditingkatkan.

Berdasarkan hasil analisis data uji F menunjukkan bahwa variabel layanan Kualitas Pelayanan Lokasi dan memiliki $F_{hitung} > F_{tabel}$, dimana $F_{hitung} 20,748 > F_{tabel} 2,36$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidempuan secara simultan, artinya hipotesis diterima.

Adapun nilai *R square* adalah 0,300 atau sama dengan 30,0%. Artinya Kualitas Pelayanan dan Lokasi mampu menjelaskan variabel dependen atau Kepuasan Pelanggan JNE Express SA sebesar 30,0% sedangkan 70,0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, diantaranya:

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain layanan mobile banking dan Kualitas Pelayanan terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Kualitas Pelayanan dan layanan *mobile banking*

memberikan sumbangan sebesar 57,9% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan 42,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

- b. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran dan integrasi para responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan.
- c. Keterbatasan tempat penelitian, dimana peneliti hanya bisa meneliti di Padangsidempuan. Dari banyaknya keterbatasan penelitian ini peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express SA Padangsidempuan dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Hasil penelitian, bahwa terdapat Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} 4,176 > t_{tabel} 1,66088$ artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial.
2. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa Lokasi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} (0,427 < t_{tabel} 1,6612)$ artinya tidak terdapat pengaruh lokasi (X_2) terhadap kepuasan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara parsial.
3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan, yang dibuktikan dengan $F_{hitung} 63,998 > F_{tabel} 2,46$ artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* SA Padangsidempuan secara simultan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap kualitas pelayanan dan lokasi pada kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* sa Padangsidempuan. ini membuktikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE *Express* sa Padangsidempuan diperlukan kualitas pelayanan agar JNE *Express* sa lebih maju.

berdasarkan hasil pengolahan data terlihat indikator kualitas pelayanan sebagai penanda secara dominan dalam kepuasan pelanggan pada kalangan jasa jne *Express* sa padangsidempuan akan dikatakan merasa puas dengan pelayanan jasa JNE *Express*, maka hal ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi JNE *Express* untuk dapat memberikan kualitas pelayanan dan menumbuhkan motivasi terhadap jasa JNE *Express*.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Bagi Pihak JNE *Express* SA Padangsidempuan diharapkan tetap menyediakan dan terus meningkatkan Fasilitas seperti Lokasi dan Kualitas Pelayanan yang baik.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti Kualitaas Pelayanan dan Lokasi yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi Kepuasan Pelanggan. agar terlihat perbedaan dari hasil penelitian yang akan diteliti nantinya.

3. Bagi Pihak Ekspedisi untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan edukasi dan manfaat terkait Kualitas Pelayanan dan lokasi, jika dilihat di kota padangsidimpuan banyaknya ekspedisi tentunya akan menjadi kompetitif jika kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik di tingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, H dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pose Kabupaten Aceh Utara. *dalam Jurnal Teknik Sipil*, Volume 6, No. 3.
- Agus, I. (2014). *Statistik Konsep Dasar Aplikasi Dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana.
- Al Arif, M. N. R. dan Amalia, E. (2010). *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*,. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Al Arif, M. N. R. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Apriansyah, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat. *dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Volume 7, No. 2.
- Aveto, H. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta*.
- Dewi, R. Y. dan Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express. *dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja* Volume 1, No. 1.
- Djaali. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dwi, P. (2011). *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Firdaus, M. (2014). *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Gilingan: Bumi Aksara.
- Ginting, M. dkk. (2015). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor). *dalam Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI* Volume 23, No. 1.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *dalam Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* Volume 4, No. 1.

- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Isa, M. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar ‘Potensi’ Panyabungan. *dalam Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* Volume 5, No. 1.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights From A to Z 80 Concepts Every Manager Needs to Know*, Alih Bahasa Anies Lastiati, *Marketing Insights From A to Z 80 Konsep Yang Harus Dipahami Setiap Manajer*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2017). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, F. dan Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan. *dalam Jurnal Business Management Analysis Journal (BMAJ)* Volume 3, No. 2.
- Kurniawan, D. (2020). Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam Di Bank Syariah. *dalam Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 3, No. 1.
- Laksana, F. (2015). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. dan A. (2008). Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mawarni, O. D. (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express.” *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Volume 10, No. 1.
- Nasution, M. N. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Normasari, S. Kumadji, S. dan Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan. *dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Volume 6, No. 2.
- Nurjannah, A. dkk. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Ekspedisi J&T Express Dengan Metode Algoritma Naive Bayes. *dalam Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)* Volume 1, No. 2.

- Nurlia. (2018). Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent. *dalam Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 1, No. 2 .
- Panjaitan, J. E dan Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *dalam Jurnal Manajemen* Volume 11, No. 2.
- Putri, P. B. A dan Suartina, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express). *dalam Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Pariwisata*, Volume 3, No. 4.
- Rahman, A. dan Winarno, S. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Jaya Motor Bekasi. *dalam Jurnal Pemasaran* Volume 3, No. 1.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: Kompas Gramedia Building.
- Salma, F. S dan Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. *dalam Jurnal Ekonomi* Volume 2, No. 4.
- Sangadji, E. M dan Sopiah. (2016). *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Esis.
- Sejati, S. A dan Soepatini. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Karesidenan Surakarta.” *Dalam Jurnal Bisnis Dan Manajemen* Volume 3, No. 4.
- Sugiono dan Susanto, A. (2015). *Cara Mandiri Belajar SPSS Dan Lisrel Teori Dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lirse*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. M. A dan Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *dalam Jurnal Manajemen*, Volume 4, No. 8.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Timotous dan Teofilus,. *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.

Tungga, A. W dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wahyuni, S. (2020). *Kinerja Sharia Conformity and Profotabilitas Index Dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Wawancara Dengan Bapak Hapisuddin Pada Tanggal 27 Juni 2023 Pukul 10:15 Wib.

Wawancara Dengan Ibu Wahidah Seorang Penjual Buah Pada Tanggal 27 Juni 2023 Pukul 10:15 Wib,

Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *dalam Jurnal Manajemen* Volume 11, No. 2.

Yuniarti, V. S. (2025). *Prilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Memmi Atika
2. NIM : 19 402 00130
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/ Tgl. Lahir : Gunung Manaon, 05 Agustus 2001
5. Anak Ke : 2 dari 4 Bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Belum Menikah
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Gunung Manaon Kec.Simangambat Kab. Paluta
10. Telp. HP : 0821 6296 7075
11. Email : memiatika8@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG

1. Ayah
 - a. Nama : Muji Baginda Malim
 - b. Pekerjaan : Petani
 - c. Alamat : Gunung Manaon, Kec. Simangambat Kab. Paluta
 - d. Telp. Hp : 0853 5818 3099
2. Ibu
 - a. Nama : Irawati Siregar
 - b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - c. Alamat : Gunung Manaon, Kec. Simangambat Kab. Paluta
 - d. Telp. Hp : -

III. PENDIDIKAN

1. SDN 101810 Gunung Manaon (2007-2013)
2. MTS PP. Dar Al-ma'arif Baslam baru kota pinang (2013-2016)
3. MAN 2 Model Padangsidempuan (2016-2019)
4. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2019-2023)

1. Uji Instrumen

Uji Validitas dan Reabilitas

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total
Y1	Pearson Correlation	1	,584**	,411**	,307**	,197*	,267**	,361**	,216*	,352**	,630**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,049	,007	,000	,031	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,584**	1	,426**	,270**	,190	,349**	,440**	,203*	,172	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,007	,058	,000	,000	,043	,087	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,411**	,426**	1	,271**	,241*	,328**	,332**	,262**	,601**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,006	,016	,001	,001	,008	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,307**	,270**	,271**	1	,445**	,415**	,409**	,225*	,323**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,002	,007	,006		,000	,000	,000	,025	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,197*	,190	,241*	,445**	1	,336**	,259**	,453**	,242*	,598**
	Sig. (2-tailed)	,049	,058	,016	,000		,001	,009	,000	,015	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,267**	,349**	,328**	,415**	,336**	1	,399**	,268**	,256*	,633**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,001	,000	,001		,000	,007	,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,361**	,440**	,332**	,409**	,259**	,399**	1	,252*	,328**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,009	,000		,011	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,216*	,203*	,262**	,225*	,453**	,268**	,252*	1	,490**	,583**
	Sig. (2-tailed)	,031	,043	,008	,025	,000	,007	,011		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,352**	,172	,601**	,323**	,242*	,256*	,328**	,490**	1	,653**
	Sig. (2-tailed)	,000	,087	,000	,001	,015	,010	,001	,000		,000

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	,630**	,612**	,656**	,681**	,598**	,633**	,668**	,583**	,653**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

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
,812	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	34,39	10,523	,515	,793
Y2	34,46	10,756	,504	,794
Y3	34,63	10,538	,553	,789
Y4	34,95	9,482	,523	,795
Y5	34,80	10,566	,468	,798
Y6	34,70	10,475	,515	,792
Y7	34,59	10,103	,544	,789
Y8	34,55	10,674	,454	,800
Y9	34,69	10,317	,535	,790

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,352* *	,542* *	,449* *	,055	,383* *	,348* *	,173	,229* *	-,067	,028	,286**	,483* *
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,589	,000	,000	,086	,022	,506	,780	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,352* *	1	,526* *	,327* *	,299* *	,381* *	,236* *	,109	,259* *	,082	,273**	,143	,561* *
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,003	,000	,018	,281	,009	,416	,006	,157	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,542* *	,526* *	1	,451* *	,153	,382* *	,418* *	,116	,381* *	,136	,093	,249* *	,603* *
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,128	,000	,000	,250	,000	,177	,356	,012	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,449* *	,327* *	,451* *	1	,172	,369* *	,378* *	,366* *	,449* *	,373**	,352**	,373**	,710* *
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,086	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,055	,299* *	,153	,172	1	,359* *	,368* *	,148	,152	,367**	,370**	,069	,540* *
	Sig. (2-tailed)	,589	,003	,128	,086		,000	,000	,140	,132	,000	,000	,497	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,383* *	,381* *	,382* *	,369* *	,359* *	1	,360* *	,410* *	,355* *	,283**	,224* *	,262**	,667* *
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,004	,025	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,348* *	,236* *	,418* *	,378* *	,368* *	,360* *	1	,110	,245* *	,161	,076	,198* *	,541* *

	Sig. (2-tailed)	,000	,018	,000	,000	,000	,000		,275	,014	,109	,453	,048	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,173	,109	,116	,366*	,148	,410*	,110	1	,526*	,321**	,252*	,265**	,532*
	Sig. (2-tailed)	,086	,281	,250	,000	,140	,000	,275		,000	,001	,011	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,229*	,259*	,381*	,449*	,152	,355*	,245*	,526*	1	,402**	,112	,528**	,654*
	Sig. (2-tailed)	,022	,009	,000	,000	,132	,000	,014	,000		,000	,269	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	-,067	,082	,136	,373*	,367*	,283*	,161	,321*	,402*	1	,488**	,275**	,606*
					*	*	*		*	*				*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	46,56	17,764	,393	,806
X1.2	47,00	16,727	,445	,801
X1.3	46,79	16,875	,511	,796
X1.4	46,88	16,268	,634	,786
X1.5	47,09	16,568	,403	,806
X1.6	46,77	16,543	,585	,790
X1.7	46,76	17,114	,436	,802
X1.8	46,85	17,280	,433	,802
X1.9	46,80	16,545	,568	,791
X1.10	47,39	15,634	,455	,804
X1.11	47,34	16,792	,394	,806
X1.12	46,97	16,837	,412	,804

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,515**	,706**	,633**	,980**	,564**	,616**	,536**	,546**	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,515**	1	,424**	,588**	,509**	,882**	,386**	,358**	,308**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,706**	,424**	1	,597**	,686**	,467**	,478**	,419**	,552**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,633**	,588**	,597**	1	,643**	,605**	,553**	,473**	,378**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,980**	,509**	,686**	,643**	1	,598**	,622**	,562**	,560**	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,564**	,882**	,467**	,605**	,598**	1	,458**	,444**	,364**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,616**	,386**	,478**	,553**	,622**	,458**	1	,693**	,594**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,536**	,358**	,419**	,473**	,562**	,444**	,693**	1	,488**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,546**	,308**	,552**	,378**	,560**	,364**	,594**	,488**	1	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,877**	,713**	,764**	,783**	,886**	,772**	,778**	,709**	,688**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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
,917	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	33,70	17,040	,835	,898
X2.2	33,92	18,155	,629	,913
X2.3	33,65	17,927	,695	,908
X2.4	33,80	17,859	,720	,907
X2.5	33,68	16,927	,847	,897
X2.6	33,87	17,831	,703	,908
X2.7	33,77	17,452	,704	,908
X2.8	33,59	18,507	,634	,912
X2.9	33,38	18,359	,601	,914

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistics				
		Y	X1	X2
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		38,97	51,20	37,92
Median		39,00	51,00	37,00
Std. Deviation		3,583	4,427	4,720
Minimum		28	42	15
Maximum		45	60	45

3. Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,547 ^a	,300	,285	3,029

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	380,786	2	190,393	20,748	,000 ^b
	Residual	890,124	97	9,177		
	Total	1270,910	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,384	3,536		4,633	,000
	X1	,412	,099	,509	4,176	,000
	X2	,040	,093	,052	,427	,670

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Asumsi klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,99852568
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,045
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Heteroskedastisitas

			Correlations		
			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,752**	,019
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,849
		N	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	,752**	1,000	-,052
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,609
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,019	-,052	1,000
		Sig. (2-tailed)	,849	,609	.

N	100	100	100
---	-----	-----	-----

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

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,486	2,057
	X2	,486	2,057

a. Dependent Variable: Y

5. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,384	3,536		4,633	,000
	X1	,412	,099	,509	4,176	,000
	X2	,040	,093	,052	,427	,670

a. Dependent Variable: Y

DOKUMENTASI



Foto dokumentasi wawancara bersama SCO JNE Express Sa Padangsidempuan



dokumentasi pengisian angket bersama mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan



Foto dokumentasi bersama bapak Hapisuddin



Foto dokumentasi bersama bapak muhammad kohar



Foto dokumentasi bersama ibu kamini nasution



Foto dokumentasi bersama bapak samsuddin harahap



Foto dokumentasi bersama dengan karyawan JNE Express Sa Padangsidimpuan

OK 1. Skripsi Full Turnitin - Memmi Atika - Acc bismillah ya allah

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	12%
2	Submitted to Marquette University Student Paper	2%
3	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%
5	Submitted to British College of Applied Studies Student Paper	<1%
6	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1%
7	123dok.com Internet Source	<1%
8	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%

journal.iai-agussalimmetro.ac.id

9	Internet Source	<1 %
10	Submitted to Universitas Slamet Riyadi Student Paper	<1 %
11	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
13	Submitted to Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro Student Paper	<1 %
14	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
15	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
17	eprints2.undip.ac.id Internet Source	<1 %
18	ejournal.unhi.ac.id Internet Source	<1 %
19	jurnal.peneliti.net Internet Source	<1 %
20	Submitted to IAIN Padangsidempuan Student Paper	

		<1 %
21	Submitted to IAIN Samarinda Student Paper	<1 %
22	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1 %
23	e-journal.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
24	ejournal.unama.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
26	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
27	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
28	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
29	positori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
30	Submitted to University of California, Los Angeles Student Paper	<1 %



SA MERDEKA PADANGSIDEMPUAN

JL. JEND SUDIRMAN EX JL. MERDEKA NO 99

KOTA PADANGSIDEMPUAN

SURAT KETERANGAN

Nomor : 009/IV/JNE/2023/26

Perihal : Balasan Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

ITN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Di

Tempat,

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 14 September 2023 nomor : 4744

Un28/G.1/G.4c/TL.00/09/2023 perihal mohon izin riset dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa nama MEMMI ATIKA dengan judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Jne Express Padangsidempuan.

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan riset tersebut di jne merdeka padangsidempuan
2. Izin melakukan riset semata-mata untuk keperluan akademik
3. Waktu riset atau pengambilan data bisa dilakukan sesuai kebutuhan yang diperlukan

Demikian surat balasan dari kami.

Padangsidempuan, 26 September 2023

SCO SA-Merdeka Padangsidempuan



MELIN ALISIANA MENDROFA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 4744/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/09/2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

14 September 2023

Yth; Pimpinan Cabang JNE Express SA Padangsidempuan

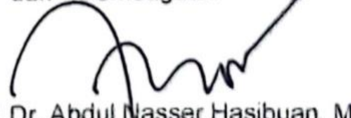
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Memmi Atika
NIM : 1940200130
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA Padangsidempuan**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan
1 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2441/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/10/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

04 Oktober 2022

Yth. Bapak;

1. Darwis Harahap : Pembimbing I
2. Idris Saleh : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Memmi Atika
NIM : 1940200130
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA Padangsidempuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sibitang kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website unsyahada.ac.id

2441/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/10/2022

04 Oktober 2022

an

Penunjukan Pembimbing Skripsi

apak,

wis Harahap

s Saleh

: Pembimbing I

: Pembimbing II

an hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil
tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi
siswa tersebut di bawah ini :

: Memmi Atika

: 1940200130

am Studi : Ekonomi Syariah

Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan
Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express SA
Padangsidempuan.

itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa
out dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila
ukan

kian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an, Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

usan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam