

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JNE PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

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

Oleh :

SALSABILA
NIM. 20 402 00074

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2025

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

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

Oleh :

SALSABILA
NIM. 20 402 00074

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JNE PADANGSIDIMPUAN**



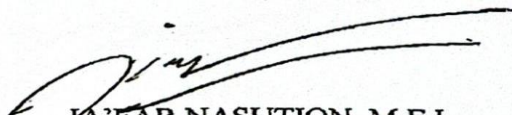
SKRIPSI

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

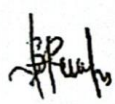
Oleh :

SALSABILA
NIM. 20 402 00074

PEMBIMBING I


JA'FAR NASUTION, M.E.I
NIDN. 2004088205

PEMBIMBING II


RISNA HAIRANI SITOMPUL, M.M
NIDN. 0119038306

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

Hal : Skripsi
a.n Salsabila Kepada Yth:

Padangsidimpun, 10 Februari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidimpun
di-

Padangsidimpun

Assalamu'alaikum

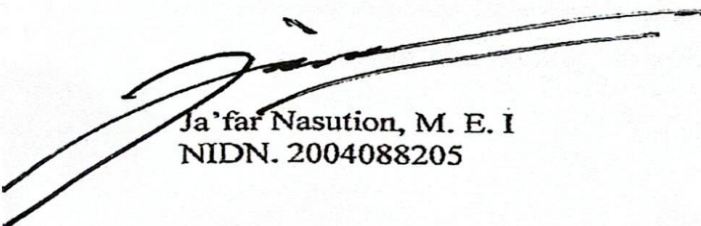
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Salsabilayang berjudul **"Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpun"** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat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

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/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

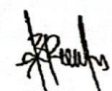
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PEMBIMBING I



Ja'far Nasution, M. E. I
NIDN. 2004088205

PEMBIMBING II



Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SALSABILA
NIM : 2040200074
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE 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 12 tahun 2023.

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 3 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri 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, 18 Februari 2025

Peneliti



SALSABILA
NIM. 20 402 00074

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

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salsabila
NIM : 20 402 00074
Program Studi : 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 Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpuan". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 28 Februari 2025
Saya yang menyatakan,



SALSABILA
NIM. 20 402 00074



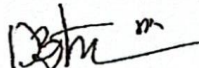
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022
Website: www.uinsyahada.co.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : SALSABILA
NIM : 20 402 00074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpuan.

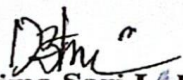
Ketua

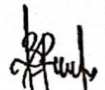
Sekretaris


Delima Sari Lubis, MA.
NIDN. 2012058401

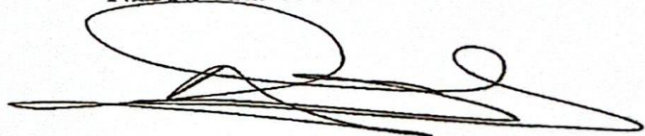

Risna Hairani Sitompul, MM.
NIDN. 0119038306

Anggota


Delima Sari Lubis, MA.
NIDN. 2012058401


Risna Hairani Sitompul, MM.
NIDN. 0119038306


Idris Saleh, M.E.
NIDN. 2009109301


Ali Hardana, M. Si
NIDN. 2013018301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 13 Maret 2025
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 74, 25(B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,49
Predikat : Sangat Memuaskan



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, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidimpuan
Nama : Saslsabila
NIM : 20 402 00074

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah



Padangsidimpuan, 30 April 2025

Dekan,

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

ABSTRAK

Nama : Salsabila
NIM : 2040200074
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan.

Perkembangan teknologi yang membuat kehidupan manusia menjadi lebih praktis mengubah perilaku konsumen dan kebiasaan berbelanja. Jika sebelumnya penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara langsung di pasar tradisional. Saat ini dengan perkembangan teknologi penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi jual beli secara *online*. Pergeseran perilaku konsumen dalam membeli barang inilah mendorong jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Perkembangan perusahaan pengiriman barang ini membawa konsekuensi perkembangan yang sekaligus memberikan peluang yang besar bagi perusahaan pengiriman barang/jasa ekspedisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan. Metode yang dilakukan dalam metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *non propability sampling*, berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu pelanggan JNE Padangsidempuan. Jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis secara parsial (uji t), secara simultan (uji f), dan koefisien secara determinan dengan program spss versi 23. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan hasil $t_{hitung} (4, 846) > t_{tabel} (0, 2039)$ sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan JNE Padangsidempuan dengan hasil $t_{hitung} (3, 063) > t_{tabel} (0, 2039)$. Serta kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil $F_{hitung} (27, 161) > F_{tabel} (2,57)$.

Kata kunci: Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

Name : Salsabila
Reg. Number : 2040200074
Thesis Title : **The Influence of Trust and Service Quality on Customer Satisfaction of JNE Padangsidimpuan.**

Technological developments that make human life more practical have changed consumer behavior and shopping habits. Previously, sellers and buyers made buying and selling transactions directly in traditional markets. Currently, with the development of technology, sellers and buyers can make buying and selling transactions online. This shift in consumer behavior in buying goods has encouraged freight forwarding services or expedition services to be increasingly in demand every day by people in Indonesia. The development of this freight forwarding company has consequences for development that at the same time provides great opportunities for freight forwarding companies/expedition services. This study aims to determine the influence of trust and service quality on customer satisfaction of JNE Padangsidimpuan. The methods carried out in the methods used are descriptive and verifiable methods with a quantitative approach. Sampling was done using *non-propability sampling*, based on the criteria set by the researcher, namely JNE Padangsidimpuan customers. The number of samples was 96 respondents. Data collection techniques through the distribution of questionnaires. The data analysis technique used descriptive statistical analysis, validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, hypothesis test partially (t-test), simultaneously (f-test), and determinant coefficient with the spss program version 23. This study shows that trust has a positive and significant influence on the results of tally $(4,846) > t_{table} (0,2039)$ so that it can be said that trust has a significant effect on customer satisfaction of JNE Padangsidimpuan. Service quality also has a positive and significant influence on the satisfaction of JNE Padangsidimpuan with the results of $t_{calculation} (3,063) > table (0,2039)$. As well as trust and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the results of $F_{cal} (27,161) > F_{tabel} (2.57)$.

Keywords: Trust, Customer Satisfaction, Service Quality.

ملخص البحث

الاسم : سلسيل
رقم التسجيل : ٢٠٤٠٢٠٠٠٧٤ :
عنوان البحث : تأثير الثقة وجودة الخدمة على رضا العملاء خط نوجراها إيكاكورير بادانغسيديمبوان

أدت التطورات التكنولوجية التي جعلت حياة الإنسان أكثر عملية إلى تغيير سلوك المستهلكين وعادات التسوق. ففي السابق، كان البائعون والمشترون يجرون معاملات البيع والشراء مباشرة في الأسواق التقليدية. أما الآن، ومع تطور التكنولوجيا، أصبح بإمكان البائعين والمشتريين إجراء معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت. وقد شجع هذا التحول في سلوك المستهلكين في شراء السلع على زيادة الطلب على خدمات توصيل السلع أو خدمات التوصيل السريع كل يوم من قبل الناس في إندونيسيا. وقد أدى تطور شركة توصيل البضائع هذه إلى نتائج تنموية توفر في الوقت نفسه فرصاً كبيرة لشركات توصيل البضائع/خدمات الرحلات الاستكشافية. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الثقة وجودة الخدمة على رضا العملاء عن خط نوجراها إيكاكورير بادانغسيديمبوان. المنهج المستخدم في المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي والتحقق من المنهج الكمي. وقد تم أخذ العينات باستخدام أسلوب أخذ العينات غير الاحتمالية، استناداً إلى المعايير التي وضعها الباحثون، وهم عملاء خط نوجراها إيكاكورا إيكاكورير بادانغسيديمبوان. كان حجم العينة ٩٦ مستجيباً. تقنيات جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات. تقنيات تحليل البيانات باستخدام التحليل الإحصائي الوصفي، واختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضيات الجزئية، وفي نفس الوقت، والمعاملات المحددة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ٢٣. تظهر هذه الدراسة أن الثقة لها تأثير إيجابي وهام مع نتائج $0.846 > 0.2039$. لذلك يمكن القول أن الثقة لها تأثير كبير على رضا العملاء. كما أن جودة الخدمة لها تأثير إيجابي وهام على رضا خط نوجراها إيكاكورير بادانغسيديمبوان بنتائج $0.63 > 0.2039$. والثقة وجودة الخدمة في نفس الوقت لها تأثير كبير على رضا العملاء بنتائج $0.161 > 0.057$.

الكلمات المفتاحية: الثقة، رضا العملاء، جودة الخدمة، رضا العملاء، جودة الخدمة.



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA).

Peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan

banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, alumni dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Serta seluruh civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
4. Bapak Ja'far Nasution, M. E. I. selaku Pembimbing I dan Ibu Risna Hairani Sitompul, MM, selaku Pembimbing II, peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai

perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen FEBI di UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa kedua orang tua tercinta Ayahanda Indra Abdi dan Ibunda Rostalina Damanik yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini serta doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti. Terima kasih kepada adik tercinta yakni Juni Sartika, Umi Harumni Rahmadani dan Sofyan Rizki yang telah ikut serta mendukung peneliti dalam proses perkuliahan sampai tahap terakhir serta terima kasih kepada seluruh keluarga yang telah membantu peneliti dalam segi moral dan materi.
8. Terimakasih kepada seluruh teman-teman peneliti nim 20 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi peneliti.
9. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang keras, semoga pencapaian ini membuka pintu kesempatan baru bagi peneliti.

Padangsidempuan, Februari 2025
Peneliti

Salsabila
Nim.2040200074

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	aṢa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...يْ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
أَ...وْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...أَ...يْ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

...ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem 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. Bilamana 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.

I. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keuangan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003

DAFTAR ISI	
SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	
LEMBAR DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQOSYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	11
D. Defenisi Operasional Variabel	12
E. Rumusan Masalah	13
F. Tujuan Penelitian.....	13
 BAB II LANDASAN TEORI	 15
A. Landasan Teori	15
B. Kajian/Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis	34
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 36
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	39
D. Intrumen dan TeknikPengumpulan Data.....	41
E. Uji Intrumen (Validitas dan Reabilitas)	42
F. Teknik Analisa Data	43
G. Uji Regresi Linier Berganda	44
 BAB IV HASILPENELITIAN.....	 45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
1. Sejarah JNE Kota Padangsidimpuan.....	45
2. Visi dan Misi JNE.....	46
B. Hasil Analisis Penelitian	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reabilitas	49

3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	50
4. Uji Normalitas	51
5. Uji Hipotesis	51
 BAB V PENUTUP	 59
A.Kesimpulan	59
B.Implikasi Hasil Penelitian.....	59
C.Saran.....	60
 DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	12
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert.....	39
Tabel IV.1 Uji Validitas Kepercayaan (X1)	48
Tabel IV.2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	48
Tabel IV.3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	48
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel IV.8 Uji Normalitas.....	52
Tabel IV.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel IV.10 Hasil Uji Kofesien Determinan.....	55
Tabel IV.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)	55
Tabel IV.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik <i>Top Brand</i> Jasa Kurir	5
Gambar I.2 <i>Review</i> Jasa Pengiriman JNE 2020-2023.....	11

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner / Angket
- Lampiran 2 Hasil Output SPSS
- Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 4 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang membuat kehidupan manusia menjadi lebih praktis mengubah perilaku konsumen dan kebiasaan berbelanja. Jika sebelumnya penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli secara langsung di pasar tradisional. Saat ini dengan perkembangan teknologi penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi jual beli secara *online*. Pergeseran perilaku konsumen dalam membeli barang inilah mendorong jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Keterbatasan jarak antara penjual dan pembeli bukan lagi halangan, karena sudah di jembatani oleh jasa pengiriman.

Bisnis pengiriman merupakan salah satu sektor usaha yang saat ini memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi, seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Pengguna jasa pengiriman memiliki harapan kepada perusahaan jasa pengiriman. Ekspektasi dari pelanggan jasa pengiriman ialah pengiriman barang tepat waktu, barang diterima dengan kondisi baik, memiliki harga yang relatif terjangkau, pilihan jenis layanan lengkap, dan dapat melacak posisi barang kapan saja.

Perkembangan perusahaan pengiriman barang ini membawa konsekuensi perkembangan yang sekaligus memberikan peluang yang besar bagi perusahaan pengiriman barang/jasa ekspedisi. Berdasarkan pola pikir masyarakat yang berkembang, hal tersebut mendorong keinginan masyarakat untuk melakukan

proses pengiriman untuk mencapai suatu wilayah atau lokasi tertentu dalam waktu yang relatif singkat.

PT. Jalur Nugraha Ekakurir yang lebih dikenal dengan JNE merupakan salah satu perusahaan di bidang pengiriman barang/jasa. Perusahaan ini didirikan pada 26 November 1990 oleh H.Soeprapto Suparno. Awalnya perusahaan ini didirikan sebagai sebuah divisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) untuk mengurus jaringan kurir internasional yang kegiatannya berpusat pada penanganan kegiatan antara lain urusan kepabean, impor barang, serta pengantaran barang/dokumen, jasa angkutan dan kargo dari luar negeri ke Indonesia.¹ Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang akhirnya memutuskan untuk menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri yang membedakannya dengan TIKI.²

JNE mempunyai keunggulan tersendiri dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lainnya, tetapi perlu disadari bahwa perusahaan-perusahaan jasa pengiriman lainnya juga memiliki keunggulan-keunggulan yang perlu diperhitungkan.³ Menurut data survey yang dilakukan Markplus Inc, sejak Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala (PSBB) oleh pemerintah kegiatan diluar rumah dibatasi sehingga masyarakat yang tinggal

¹ JNE, *Profil JNE*, <https://www.jne.co.id/id/perusahaan/profil-perusahaan/sejarah-milestone>, diakses pada tanggal 19 Agustus 2019

² Langgeng Sri Handayani dan Apriel Trariesta, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Dalam Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 1, No.2, 2023, hlm 3

³ JNE, Sejarah JNE, <https://id.wikipedia.org/wiki/JNE>, diakses tanggal 5 September 2019

dirumah yang menyebabkan belanja *online* meningkat drastis. Hal ini juga dirasakan oleh perusahaan ekspedisi, sehingga perusahaan ekspedisi mengalami peningkatan sebanyak 30 persen. Tingginya frekuensi pengiriman pada penjualan *online* seperti lazada, shopee, tokopedia, dan lain-lain. Hal tersebut membuat pengiriman pada perusahaan ekspedisi semakin berkembang. Fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa minat konsumen yang tinggi terjadi pada barang dan jasa. Perkembangan *e-commerce* ini mempengaruhi peningkatan terhadap distribusi pengiriman barang dan jasa, sehingga pelanggan membutuhkan suatu pelayanan dengan kualitas yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

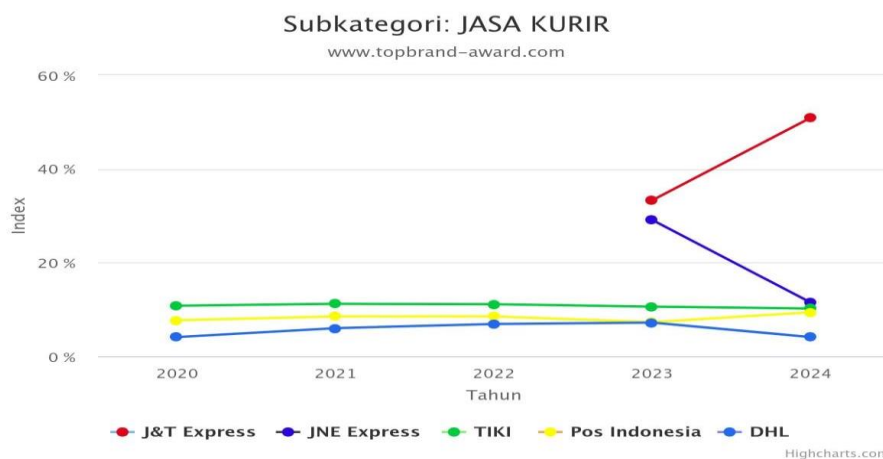
Salah satu perusahaan layanan jasa pengiriman barang PT JNE dituntut untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Persaingan perusahaan di bidang jasa pengiriman pada saat ini bukan lagi berorientasi pada cara meningkatkan volume penjualan tetapi lebih berorientasi bagaimana memuaskan konsumen. Banyaknya persaingan pada pasar, maka perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi yang harus diutamakan oleh pelaku usaha adalah kepuasan pelanggan.

Pada peringkat kedua dari semua *brand* di Indonesia pada tahun 2023. Dapat diketahui JNE merupakan jasa pengiriman terbaik dengan urutan kedua dari atas. *Top Brand Indeks* merupakan penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen. Pemilihan oleh konsumen ini dilakukan melalui survey dari *Frontier Consulting Group* di Kota Indonesia. Merek tersebut terpilih berdasarkan survey dengan melihat tiga parameter,

yakni *top of mind share*, *top of market*, dan *top of commitment share*⁴. Banyaknya persaingan pada pasar, maka perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berbagai alasan, dapat diartikan bahwa saat ini penyedia jasa pengiriman sangat dibutuhkan, mulai dari masyarakat kota hingga pelosok sangat membutuhkan penyedia jasa tersebut. Selain untuk pengiriman barang dari kegiatan jual-beli online, masyarakat juga sering membutuhkan penyedia jasa tersebut untuk pengiriman barang maupun surat atau dokumen baik dalam jumlah sedikit hingga jumlahnya banyak. Di bawah ini merupakan presentase Top Brand Indeks.⁵

Gambar I.1 Grafik Top Brand Jasa Kurir



Berdasarkan gambar grafik I.1 bahwa JNE merupakan *top brand* jasa kurir. Peringkat kedua dari semua brand di Indonesia tahun 2023. Namun pada tahun 2024 JNE dan DHL mengalami penurunan jasa kurir sebesar 10 %.

⁴ Top Brand Indeks, https://www.Topbrand_Award.com

⁵https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori

Sedangkan J&T Ekspres terjadi peningkatan penggunaan jasa kurir. Tiki dan Pos Indonesia pada penggunaan jasa kurir tetap.

Strategi yang harus diutamakan oleh pelaku usaha adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan pembeli yang puas terhadap produk atau jasa dan membeli kembali dan menggunakan jasa atau produk tersebut.⁶ Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain.⁷

Proses pembentukan kepuasan pelanggan dimulai dari pengalaman masa lalu, informasi-informasi dari kerabat atau relasi dan informasi yang disampaikan oleh perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh Perusahaan antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, kepercayaan dan biaya.⁸

Kepercayaan pelanggan merupakan persepsi positif konsumen terhadap jasa, fitur dan manfaat jasa yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.⁹ Untuk mempertahankan kepercayaan konsumen tentunya sangat perlu ditingkatkan kembali oleh perusahaan JNE, agar pelanggan tetap menggunakan

⁶ Meithiana Indasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, *Skripsi*, Surabaya: Unitomo Press, 2019, hlm.83

⁷ Lintang Ayu Srtiyani, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, *Skripsi*, 2019

⁸ Lupiyoadi, lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh Perusahaan, 2006

⁹ S.M, Estifaza. *loyalitas dan kepuasan pelanggan kursus erdasarkan promosi, CRM,, dan kepercayaan*, 2023.

jasa pengiriman JNE.

Hasil penelitian dari Chairunissa Arris menunjukkan bahwa ketidakpuasan pelanggan terhadap kondisi barang yang kurang baik (kerusakan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan), Pelanggan kurang puas dengan waktu pengiriman barang yang lama dan melebihi batas pengantaran barang ke pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila keinginan mereka dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan, serta masalah lain.¹⁰

Hasil penelitian dari Muhammad Adha Agung Mulyana dan Roslina menyatakan bahwa walaupun penggunaan JNE meningkat akan tetapi konsumen merasa tidak puas selama menggunakan jasa kirim JNE.¹¹

Peneliti melakukan wawancara dengan saudari Fitria Hasanah Batubara bahwa menurutnya kepercayaan JNE Padangsidempuan sudah sangat baik. Dikarenakan ia pernah menerima barang dimana keadaan barang tersebut masi dengan keadaan utuh dan baik. Pelanggan berharap agar JNE Padangsimpuan tetap menjaga kepercayaan demi memberikan kepuasan kepada pelanggan.¹²

Peneliti melakukan wawancara dengan Nur Syahfitri bahwa menurutnya kepercayaan JNE kurang atau pelanggan kurang puas, dikarenakan ia pernah mengalami keterlambatan samainya barang yang tidak sesuai dengan estimasi pengiriman, mungkin dikarenakan saat ia memesan lagi dalam keadaan

¹⁰ Chairunnisa Arris, Hubungan Kepuasan pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Medan Amplas, *Skripsi*, (Medan, Universitas Medan Area, 2022), hlm. 3

¹¹ Muhammad Agung Mulyana, Pengaruh Kualitas Pelayanna Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna JNE Bandar Lampung), *Dalam Jurnal Social Science Research*, Vol. 3, No. 2, 2023, hlm 1

¹²Fitria Hasanah Batubara, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidempuan 29 Oktober 2024 Pukul 16.35 WIB).

libur nasional. Saudari berharap agar JNE Padangsidimpuan untuk tetap menjaga kepercayaan pelanggan demi kepuasan pelanggan.¹³

Peneliti melakukan wawancara dengan Ayu Wandira bahwa menurut nya kepercayaan JNE sangat baik atau pelanggan puas, dikarenakan ia pernah menggunakan jasa JNE Padangsidimpuan untuk pengiriman barang dan barang sampai dengan tepat waktu dan kualitas barang tetap utuh tanpa ada cacat. Saudari berharap agar JNE Padangsidimpuan untuk tetap menjaga dan semakin meningkatkan kualitas nya agar tetap menjaga kepercayaan demi kepuasan pelanggan.¹⁴

Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci utama dalam jasa transportasi khususnya pada JNE. Kualitas harus dimulai dari yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.¹⁵

Sebuah bisnis dengan kualitas pelayanan yang tinggi maka akan mempengaruhi kebutuhan konsumen sementara sisanya secara kompetitif ekonomi. Peningkatan kualitas pelayanan juga dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Tujuan ini dapat dicapai dengan memahami dan meningkatkan proses operasional mengidentifikasi masalah-masalah dengan cepat dan sistematis membangun pengukuran kinerja pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan.

¹³ Nur Syahfitri, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan 7 Oktober 2024 Pukul 17.36 WIB)

¹⁴ Ayu Wandira, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 26 November 2024 Pukul 19.35 WIB)

¹⁵ Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), hlm. 22-23

Fenomena yang biasanya terjadi pada faktor kualitas pelayanan pada jasa pengiriman ini biasanya respon layanan pelanggan yang lambat, kurir tidak profesional, layanan pelanggan yang tidak profesional, serta masalah lainnya yang ditimbulkan dari faktor kualitas pelayanan tersebut.¹⁶

Peneliti melakukan wawancara dengan saudari Delipah Sari Pane bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan JNE Padangsidempuan baik dan pelanggan merasa puas. Adapun hal yang diterima oleh pelanggan seperti kurir yang mengantarkan barang kepadanya sangat ramah dan sopan. Saudari berharap agar kualitas pelayanan tetap terus dilakukan demi menjaga kepuasan pelanggan menggunakan jasa JNE Padangsidempuan.¹⁷

Peneliti melakukan wawancara dengan saudari Siti Anum bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan JNE Padangsidempuan kurang dan pelanggan merasa kurang puas. Adapun hal yang diterima oleh pelanggan seperti jika paket sudah datang dan ia tidak berada di lokasi maka kurir menghubunginya dengan sangat tidak ramah dan hanya ingin menitipkan kepada yang lain agar tidak kembali lagi untuk mengirimkan paket saudari. Saudari berharap agar JNE Padangsidempuan lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan bagi pelangganya.¹⁸

¹⁶ Chairunnisa Arris, Hubungan Kepuasan pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Medan Amplas, *Skripsi*, (Medan, Universitas Medan Area, 2022), hlm. 5

¹⁷ Delipah Sari Pane, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidempuan 29 Oktober 2024 Pukul 16.50 WIB)

¹⁸ Siti Anum, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidempuan 7 Oktober 2024 Pukul 18.05 WIB)

Peneliti melakukan wawancara terhadap saudari Putri Ritonga. Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan JNE Padangsidempuan puas. Bahwa saat ia hendak mengambil barangnya langsung ke kantor JNE Padangsidempuan kasir yang menjaga JNE tersebut merespon terkesan sopan dan proses pemberian barang yang cepat. Saudari berharap agar kualitas JNE Padangsidempuan dipertahankan demi memberikan kepuasan bagi pelanggan.¹⁹

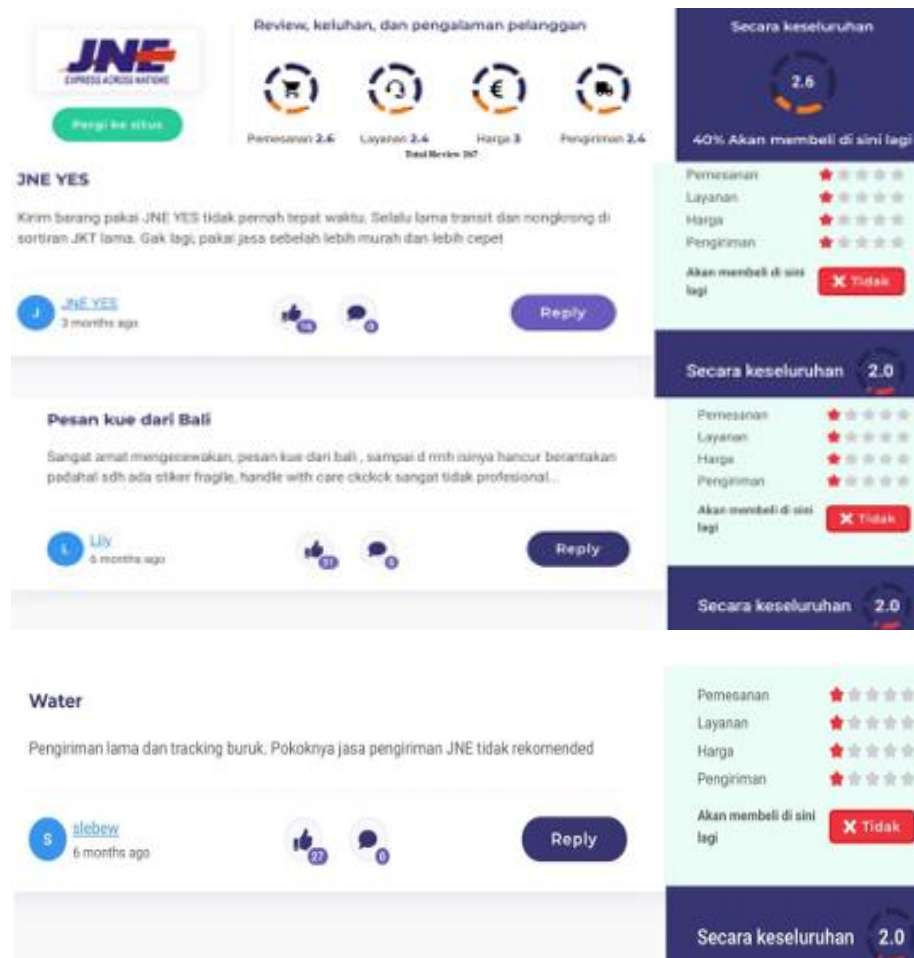
Peneliti melakukan wawancara terhadap saudari Ella, Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan JNE Padangsidempuan sangat baik. Bahwa saat ia hendak mengambil barang nya langsung ke JNE Padangsidempuan ia dilayanani sangat baik oleh kasir yang berada langsung di kantor. Saudari berharap agar JNE Padangsidempuan untuk tetap menjaga kualitas pelayanannya demi menjaga kepuasan pelanggan.²⁰

JNE selalu berusaha memberikan layanan yang terbaik, namun berdasarkan fenomena sebelumnya pengguna layanan JNE merasa layanan yang diberikan masih ada yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Hasil penelitian terhadap layanan JNE masih mengatakan adanya ketidakpuasan, keterlambatan pengiriman, dan sistem *online* yang mengecewakan membuat pengguna merasa tidak aman dan tidak nyaman untuk menggunakan jasa layanan JNE. Di bawah ini merupakan *review* pengalaman selama menggunakan jasa pengiriman JNE.

¹⁹Putri Ritonga, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidempuan 8 Oktober Pukul 9.00 WIB)

²⁰ Ella, Pelanggan, *Wawancara*, (Padangsidempuan 26 November 2024 Pukul 20.15 WIB)

Gambar I.2 Review Jasa Pengiriman JNE 2020-2023



Gambar I.2 Hasil Review Indonesiareviw Jasa Pengiriman JNE, Diakses Pada 16 April 2023
Pengalaman pelanggan terhadap kepuasan melalui jasa pengiriman

JNE dapat dilihat dari Indonesia Review pelanggan. Indonesia Review adalah situs yang menjadi wadah dalam pengumpulan ulasan, opini, dan keluhan terhadap semua toko dan toko online di seluruh Indonesia.

Dari keterangan yang terdapat pada gambar hasil Indonesia Review menunjukkan bahwa terdapat semua penilaian yang dilambangkan dengan gambar bintang dengan hasil pelanggan yang merasa puas dan tidak puas

selama menggunakan jasa pengiriman JNE dapat memberikan rating dari segi pemesanan, harga, layanan, dan pengiriman secara keseluruhan.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu;

1. Ketidakpuasan pelanggan JNE dikarenakan kurangnya rasa ketidakpercayaan.
2. Kurang tepat waktu pengiriman barang oleh petugas JNE yang belum sesuai dengan kepercayaan pelanggan.
3. Seringnya salah alamat dan barang dalam keadaan sedikit cacat yang dilakukan petugas JNE yang mengakibatkan memperlambat waktu penyampaian barang dengan itu mengurangi kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan kualitas pelayanan karyawan JNE.

C. Batasan Masalah

Secara umum, batasan masalah adalah ruang lingkup masalah yang ingin dibatasi oleh peneliti yang disebabkan masalah yang terlalu luas atau lebar yang bisa mengakibatkan penelitian itu tidak bisa fokus. Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini perlu dibatasi, agar pembahasannya tidak meluas dan keterbatasan waktu, ilmu dan dana yang

dimiliki oleh penulis. Peneliti memfokuskan tempat penelitian ini akan dibatasi hanya pada bank syariah yang ada di kawasan Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk memudahkan pengukuran dalam penilaian variabel yang akan diteliti. Ada 3 variabel dalam penelitian ini, yaitu; Kepuasan Pelanggan (Y), Kepercayaan (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂).

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan pembeli yang puas terhadap produk atau jasa dan membeli kembali dan menggunakan jasa atau produk tersebut. ²¹	1.Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Ketersediaan Rekomendasi ²²	Ordinal
2.	Kepercayaan Pelanggan (X ₁)	Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan dari satu pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. ²³	1.Kemampuan (Ability) 2. Ketulusan (Benevolence) 3.Keterpercayaan (Integrity) ²⁴	Ordinal

²¹ Meithiana Indasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 83

²² Meithina Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 92

²³ Dr. Khamdan Rifa'I, SE, M.Si, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, 2019, hlm. 62

²⁴ Putu Ayu Trisna Febrianty, *Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik, Serta Hubungan Timbal Balik*, 2023, hlm.53

3.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan ²⁵	1.Kehandalan 2.Ketanggapan 3.Jaminan 4.Empati 5.Berwujud ²⁶	Ordinal
----	--------------------------------------	--	--	---------

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu;

1. Apakah ada pengaruh tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan layanan jasa JNE Padangsidempuan ?
2. Apakah ada pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap pelanggan JNE Padangsidempuan ?
3. Bagaimana pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.

²⁵ Salim Al idrus, *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pembelian:Konsep Dan Teori*, (Media Nusa Creative (MNC Publishing), hlm. 2

²⁶ Fahtira Virdha Noor, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia', *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu,2020), hlm .19

3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan respon dari konsumen ketika kebutuhan mereka terpenuhi. Ini menunjukkan evaluasi bahwa sebuah produk atau layanan, maupun produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terhubung dengan memenuhi kebutuhan. Situasi ketika kebutuhan pelanggan terpenuhi di bawah harapan mereka atau bahkan melebihi harapan yang mereka miliki.¹ Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar (minimal sama) dari pada harapannya, maka pelanggan puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil dari pada apa yang diharapkannya maka pelanggan tidak puas.²

Para pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Danang Suntoyo menyatakan bahwa, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi terhadap ketidaksesuaian/diskormasi yang dirasakan antara harapan yang

¹¹ Indri Kartini Tampanguna, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado*, Productivity, 3 (2022), hlm. 8

² M. Nur Rianto AL Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 2020, hlm. 193

sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.³ Sedangkan menurut Engel, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli, dimana pembeli memilih produk diantara pilihan yang ada yang sesuai dengan harapan mereka ataupun melebihi harapan mereka dan ketidakpuasan pelanggan terjadi karena produk tidak sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dimiliki pelanggan terhadap suatu produk yang dibeli kemudian membandingkan harapannya terhadap produk tersebut sebelum membelinya.⁴

Seseorang yang merasakan kepuasan dalam mengonsumsi suatu produk, maka akan menikmati transaksi, memiliki suasana hati yang senang, menjadi pengalaman yang menyenangkan, puas dalam bertransaksi, serta merasakan bahwa transaksi yang dilakukan merupakan pilihan yang tepat.⁵

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan indikator atau alat pengukuran untuk menganalisis karakteristik dari tingkat kepuasan mereka. Menurut Indasari bahwa indikator kepuasan pelanggan merupakan pilihan yang tepat.⁶

³ Danang Suntoyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta, Penerbit CAPS, 2012), hlm. 193

⁴ M.N.Naution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 104

⁵ Chandra Warsito, *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami (Stain Press)*, 2021, hlm. 37

⁶ Meithina Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, 2020, hlm. 92

1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan mengacu pada seberapa baik produk memenuhi harapan konsumen memberikan pengalaman atau kepuasan yang sesuai dengan yang diharapkan setelah produk tersebut digunakan. Keberhasilan produk dalam memenuhi atau melebihi harapan konsumen dapat signifikan meningkatkan kepuasan keseluruhan.

2) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali mencerminkan seberapa tertariknya konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang sudah mereka gunakan. Konsumen yang merasa puas cenderung lebih mungkin untuk kembali dan menjadi pelanggan setia, sehingga minat berkunjung kembali merupakan strategi penting dalam mempertahankan pelanggan yang loyal dan meningkatkan relasi pelanggan dalam jangka panjang.

3) Kesiediaan Merekomendasikan

Menunjukkan seberapa inginnya konsumen untuk memberikan ulasan positif atau rekomendasi kepada orang lain tentang produk atau layanan yang telah mereka gunakan. Kesiediaan untuk merekomendasikan juga mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan yang menyediakan produk atau layanan tersebut. Kepuasan pelanggan terjadi setelah mereka membandingkan pengalaman mereka saat membeli produk atau layanan dari penjual

dengan ekpetasi yang mereka miliki sebelumnya.⁷

c. Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam

Kepuasan konsumen dalam konteks islam, didasarkan pada tuntunan syariah islam. Kepuasan Konsumen menurut ekonomi islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, *maslahah*, manfaat, berkah, keyakinan, dan kehalalan.⁸ Seperti yang dijelaskan didalam Al-Quran Surah Al-Imran ayat 159.⁹

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

Artinya: “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Contoh perilaku yang dianjurkan Bersikap lemah lembut terhadap mereka, Memaafkan peserta musyawarah yang lain, Memohonkan ampun mereka, Bermusyawarah dalam urusan, Bertawakal kepada Allah

Untuk menilai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, perusahaan yang menyediakan barang atau jasa seharusnya meninjau kinerja perusahaannya terkait dengan:¹⁰

⁷ Johny Urbanus and Montgomery Warbal, ‘Pengaruh Sikap Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan’, *Dalam Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, Volume. 4, No. 1, 2023, hlm. 37.

⁸ Rahayu, *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Objek Wisata*, (Palembang: Anugrah Jaya), 2019, hlm. 58-59.

⁹ Q.S.al- Imran (3): 159

¹⁰ Eko Wahyuni, *Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaraan*, *Jurnal Kajian Hukum Islam*, 4 (2019), hlm. 184-92

1) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya.¹¹ Sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lisan dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang tersebut. Amanah dalam konteks prinsip dan nilai ekonomi islam adalah penggunaan sumber daya ekonomi untuk mencapai tujuan hidup manusia (falah).¹²

2) Jujur

Berdagang dengan kejujuran sangat ditekankan dalam islam, terutama jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist Mutafaq' alaih dari Hakim Bin Hazim, dijelaskan bahwa penjual dan pembeli memiliki kebebasan dalam memilih selama transaksi belum selesai. Jika keduanya bertindak tidak jujur dan mengungkapkan kekurangan barang yang diperjual belikkan, maka keduanya akan mendapat keberkahan atas transaksi tersebut.¹³

¹¹ Nadya Rachmi Wulandari, 'Amanah Dalam Al-Quran (Analisa Penafsiran Wahbah Az-Zuhali Dalam Tafsir Al-Munir Fi Al-Aqidah Wa Al-Syariah Wa Al-Manhaj)(Fakultas Ushluddin Dan Dakwah Intitut Ilmu Al-Quran (liq), Jakarta, 2021, hlm. 6

¹² Utari Evy Cahyani, *Ekonomi Islam*, (Lhokseumawe, IAIN Lhokseumawe, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2022), hlm. 213

¹³ Muhammad Nizar , ' Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Al-Quran, *Dalam Jurnal Ilmu Al-Quran Dan Tafsir*, Vol. 2, No. 2, 2017, hlm 313.

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan dari satu pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.¹⁴ Kepercayaan merupakan paradigma yang diterapkan untuk mendirikan perjuangan pelanggan dalam mengurangi resiko.¹⁵ Kepercayaan pelanggan juga didefinisikan sebagai keyakinan bahwa pernyataan atau janji penyedia layanan dapat diandalkan dan penyedia akan memenuhi komitmennya dalam hubungan penyedia layanan pelanggan.

Salah satu faktor membentuk kepuasan pelanggan adalah adanya kepercayaan yang diberikan konsumen. Hal –hal yang membuat konsumen percaya adalah komunikasi adalah hal yang terpenting dalam membangun hubungan dengan pelanggannya. Mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan, lalu menunjukkan bahwa kita memiliki rasa solusi untuk masalah mereka.¹⁶

Kepercayaan konsumen dapat diciptakan dengan kejujuran produsen dalam menyampaikan komposisi dan bahan-bahan yang digunakan pada produk tertentu, demikian juga dengan penyampaian efek

¹⁴ Dr. Khamdan Rifa’I, SE, M.Si, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, 2019, hlm. 62

¹⁵ Gilang Pratama Hafidz , Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife, Vol.7, No.1, 2023, hlm.3

¹⁶ Cindy Afrilia, Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Kelurahan Tambangan Hulu, *Skripsi*, Medan, UMA, 2023, hlm. 5

samping atas penggunaan produk jasa yang bersangkutan. Pengembangan produk dan jasa secara terus menerus merupakan suatu bentuk kepedulian (perhatian) pihak perusahaan untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang aman dan bermanfaat. Kepercayaan memiliki perasaan yang penting bagi produk dan jasa. Apabila efek kepercayaan merek tidak dikendalikan mengakibatkan pertimbangan akan tingkat kepuasan didasarkan pada pengalaman mereka dengan merek tersebut. Pengalaman menjadi sumber konsumen untuk terciptanya rasa percaya pada merek. Pengalaman ini akan mempengaruhi evaluasi konsumen dalam konsumsi, penggunaan atas kepuasan dan kontak yang langsung dengan merek.¹⁷

Menurut Mower dan Minor, kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulannya yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.¹⁸

b. Indikator Kepercayaan

Adapun indikator kepercayaan menurut Putu Ayu Trisna Febrianty, antara lain:

- 1) Kemampuan (*Ability*), potensi atau kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mengerjakan suatu tugas.

¹⁷ Farida Jaffar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 162

¹⁸ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Erlangga, Jakarta, 2002), hlm. 312

- 2) Ketulusan (*Benevolence*), yaitu sikap yang menunjukkan kesungguhan, kejujuran, dan bersih hati.
 - 3) Ketepercayaan (*Integrity*), yaitu keyakinan atau anggapan bahwa suatu yang dipercayai itu benar atau nyata¹⁹
- c. Kepercayaan Dalam Pespektif Islam

Kepercayaan dalam konsep Islam, telah disebutkan dalam Al-Quran surat An-Nisa ayat 58:²⁰

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil, sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*”

Ayat ini bersifat umum, sehingga amanah itu diartikan sebagai kepercayaan. Ayat ini menekankan pentingnya sikap bertanggung jawab dalam menjalankan amanah. Amanah mencakup semua bentuk tanggung jawab yang diberikan kepada seseorang. Dalam konteks peradilan, ayat ini memerintahkan untuk memberikan hukum secara adil, tanpa condong kepada salah satu pihak. Allah Maha Mendengar dan Maha Melihat, sehingga Dia mengetahui orang yang melaksanakan amanah dan yang tidak. Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama

¹⁹ Putu Ayu Trisna Febrianty, *Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik, Serta Hubungan Timbal Balik*, (2023), hlm. 53

²⁰ QS.An-Nisa (4): 58

dalam segala bentuk bisnis baik dalam lingkungan *online* maupun *offline*.

Dalam islam kepercayaan dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasar pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan.²¹

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau tersirat. Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa penjual telah berhasil memberikan kualitas ketika produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.²² Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²³ Pelayanan menggambarkan tindakan yang dilakukan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna mencapai kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Perilaku ini dapat terjadi sebelum, selama dan setelah terjadinya transaksi antara

²¹ Kwat Ismanto, Manajemen Syariah : Implementasi Pemasaran Bank Syariah, (Pustaka Setia Bandung, 2013), hlm. 69

²² Shandy Widjoyo Putro, Hatane Samuel, Amd Brahmana, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Lotalitas KonsumenRestoran Happy Garden Surabaya; *Dalam Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2, No.1, 2014, hlm. 2

²³ Teuku Aliansyah, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh, *Dalam Jurnal Manajemen*, Vol. 1 No.1, November 2021, hlm. 33

produsen dan konsumen.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk²⁴ menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan Perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, tamah, adil, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Jadi, apabila kualitas dikelola dengan tepat, maka akan terwujud kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam perusahaan.²⁵

Menurut Wyckof dalam M. Nur Nasution, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pengunjung.²⁶ Menurut Lovelock dalam Christina Widya Utami, kualitas pelayanan merupakan perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa.²⁷

²⁴ Ali Hardana, Jaffar Nadution, Arti Damisa, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Padapt. Bsi Cabang Padangsidempuan,(2022), Vol.7, No.2

²⁵ Muhammad Isa, Aswadi Lubis, And Marlina Caniago, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Ekonomi Syariah, 2 (2019), hlm. 167

²⁶ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 47

²⁷ Christina Widya Utami, *Manajemen Ritel dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm.291

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller, terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang meliputi.²⁸

- 1) Keandalan, yakni kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, dipercaya, akurat dan konsisten.
- 2) Ketanggapan, mencakup kemampuan memberikan layanan kepada pelanggan dengan cepat, serta mendengarkan dan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan sigap.
- 3) Jaminan, mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta kepercayaan yang dimiliki oleh karyawan.
- 4) Empati, merupakan upaya memberikan perhatian yang tulus serta secara individual atau personal kepada konsumen dengan berwirausaha memahami keinginan mereka.
- 5) Berwujud, melibatkan penampilan fasilitas fisik dan peralatan yang digunakan dalam memberikan layanan kepada konsumen.

c. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Pelayanan merupakan suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Agar sesuatu pelayanan yang ada di perusahaan harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam.

²⁸ Fahtira Virdha Noor, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Skripsi*, (Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2020), hlm. 19

Dimana islam menekankan keabsahan atau pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.²⁹

Terdapat dalam Al-Quran QS.An-Nisa ayat 5, Allah SWT berfirman, sebagai berikut:³⁰

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan)-mu yang Allah jadikan sebagai pokok kehidupanmu. Berilah mereka belanja dan pakaian dari (hasil harta) itu dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik”.

Ayat ini menjadi dasar penerapan kebijakan pembatasan atau al-hajru. Al-hajru menjadi alat penting dalam menjaga kestabilan ekonomi dan melindungi hak-hak pihak yang terlibat dalam transaksi. Syariat ini memastikan bahwa setiap anak manusia, baik yang kurang sempurna akal nya maupun yang terjebak dalam kesulitan finansial, tetap mendapatkan pengelolaan harta yang adil.

Kualitas pelayanan dalam konteks islam dapat dilihat dari standar yang dijanjikan sebagai ukuran evaluasi. Islam mengamanatkan kepada individu untuk selalu mengikuti hukum syariat islam dalam segala aktivitas dan penyelesaian masalah. Dalam ajaran islam, tidak ada keabsahan mutlak dalam hal keyakinan atau pelaksanaan ibadah. Jika seorang telah memeluk agama Islam sebagai keyakinan, maka kewajiban baginya adalah memenuhi semua aturan syariah dan menjalankan ibadah

²⁹ Nurhadi, ‘Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah, *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, 2018, hlm. 143-144

³⁰ Q.S an- Nisa (4):5

kepada Allah SWT sesuai dengan tuntutan yang lebih ditetapkan.

Menurut Lupiyoadi dalam Indasari kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh konsumen atas pelayanan yang mereka dapatkan. Dalam islam kualitas pelayanan yang maksimal harus menerapkan unsur jujur, Amanah, dan profesional.³¹ Buku tersebut menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari kepuasan pelanggan, tetapi juga dari integritas dan keadilan dalam proses pelayanan. Dalam perspektif Islam, prinsip-prinsip ini tercermin dalam ajaran untuk memberikan layanan dengan tulus dan penuh perhatian, serta selalu mengutamakan kesejahteraan dan keadilan bagi semua pihak.

Teori Morgan & Hunt dalam judul *Commitment Fisrt Theory Of Relatationship Marketing* menjelaskan tentang pentingnya kepercayaan dan komitmen dalam membangun loyalitas pelanggan.³² Teori Morgan dan Hunt, yang dikenal dengan *Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*, merupakan salah satu teori utama dalam pemasaran relasional. Teori ini menekankan pentingnya kepercayaan dan kualitas pelayanan atau juga komitmen dalam hubungan bisnis antara perusahaan dan pelanggan untuk membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

³¹ Lupiyoadi, 2021, Manajemen Kualitas Pelayanan, Hlm.45

³² Morgan, R. M., & Hunt, S. D. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.

B. Penelitian terdahulu

Penelitian sebelumnya menjadi landasan bagi peneliti untuk memperkaya kerangka teoritis yang digunakan dalam menguji penelitian mereka. Peneliti merujuk sejumlah studi sebagai dasar untuk memperkaya konten literature pada penelitian peneliti.

Tabel I.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Yayan Handayana dan Andryana Mei Evita Sari, 2021 (Jurnal Mediastima, Vol. 27, No.2)	Pengaruh kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna JNE Ekpress Pondok Gede	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Pondok Gede. Kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna JNE Ekpress Pondok Gede. Kepercayaan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Pondok Gede ³³
2.	Syuryatman, Fitriandi, 2024, (Jurnal of Social Research, Vol. 4, No. 1)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas	Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

³³ Yayan Hardana, Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna JNE Ekpress Pondok Gede, *Dalam Jurnal Medistiasmina*, Vol. 27. No.2, 2021, hlm. 1

		Pelanggan JNE Di Kota Payakumbuh.	loyalitas pelanggan JNE di Kota Payakumbuh. kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di payakumbuh. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta kualitas pelanggan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan JNE Kota Payakumbuh ³⁴
3.	Nov Elhan Gea, 2022, (Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi, Vol.1, No.1)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Gunung Sitoli.	Dari hasil dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Gunung Sitoli. ³⁵
4.	Eko Hadi Sunarno, 2022, (Skripsi Jurusan Ekonomi, Universitas Semarang)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ojek online. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ojek online. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

³⁴ Syuryatman, Fitriandi, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Di Kota Payakumbuh, *Dalam Jurnal of Social Research*, Vol. 4, No. 1, 2024, hlm. 1

³⁵ Nov Lihan Gea, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Gunung Sitoli, *Dalam Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, Vol.1, No.1, 2022, hlm. 1

			ojek online. kepercayaan, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan ojek online. ³⁶
6.	Almira Ratih Renaningtyas, M. Fadhli Nursali, Franciscus Dwikojo Srisumaty, 2024 (Jurnal Ekonomi dan Strategi Manajemen, Vol.2, No.3)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Melalui Kepuasan Pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi)	Hasil penelitian menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Animo 3 Agus Salim Bekasi. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Agen JNE Animo 3 Agus Salim Bekasi. Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Animo 3 Bekasi. ³⁷
7.	Chelsea Kristianto, 2022, (Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Vol. 7, No. 5)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan JNE Di Sumatera Barat.	Hasil penelitian menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE Sumatera Barat.. ³⁸
8.	Ika Wahyuni, Triska Dewi Pramitasari, 2022,	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan	Hasil penelitian menyebutkan bahwa kualitas pelayanan

³⁶Eko Hadi Sunarno, Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online, *Skripsi*, Semarang, Universitas Semarang, 2022, hlm.1

³⁷ Almira Ratih Renaningtyas, M. Fadhli Nursali, Franciscus Dwikojo Srisumaty, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Melalui Kepuasan Pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi), *Dalam Jurnal Ekonomi dan Strategi Manajemen*, Vol.2, No.3, 2024, hlm.1

³⁸ Chelsea Kristianto, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan JNE Di Sumatera Barat, *Dalam Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol. 7, No. 5, 2022, hlm.1

	(Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth, Vol. 20, No.1)	Pada Jasa Pengiriman Jne Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shopee.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen online shopee. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen online shopee. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen online shopee. Kualitas pelayanan, harga serta kepercayaan berpengaruh simultan terhadap Loyalitas Konsumen online shopee. ³⁹
9.	Tiara Vega Permatasari, 2021, (Jurnal Manajemen dan Bisnis Kewirausahaan, Vol. 7, No.3)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta.	Hasil penelitian menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta. citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta. Kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh simultan terhadap

³⁹ Ika Wahyuni, Triska Dewi Pramitasari, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Pada Jasa Pengiriman Jne Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shopee, *Dalam Ekonomi Dan Bisnis Growth*, Vol. 20, No.1, hlm.1

			kepuasan pelanggan. ⁴⁰
--	--	--	-----------------------------------

Dari penelitian terdahulu oleh seorang peneliti yang bernama Yayan Handayana yang berjudul “Pengaruh kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna JNE Ekpress Pondok Gede” yang dimana menyatakan hasil dari penelitian tersebut bahwa kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari penelitian terdahulu oleh seorang peneliti yang bernama Syuryatman, Fitriandi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Di Kota Payakumbuh” yang dimana menyatakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan JNE di payakumbuh.

Dari penelitian terdahulu oleh seorang peneliti Nov Eko Hadi Sunarno “Pengaruh Kepercayaan, Perspsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online” yang dimana menyatakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas, yaitu kepercayaan, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan (bersama-sama).

Dari penelitian terdahulu oleh seorang peneliti Nindy Azis Syahfirri

⁴⁰ Tiara Vega Permatasari, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta, *Dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Kewirausahaan*, Vol. 7, No.3, 2021, hlm.1

“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan konsumen JNE Ekpress di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu” yang dimana menyatakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa secara simultan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Rokan Hulu.

Dari penelitian terdahulu oleh seorang peneliti Tiara Vega Permatasari “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta” bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Pt Tiki JNE Di Jakarta. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pt JNE di Jakarta. Kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan)

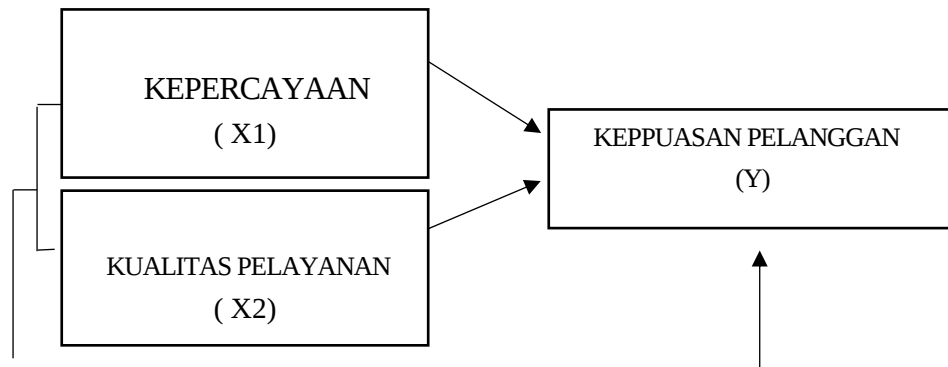
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴¹ Kerangka pikir ini mampu menggambarkan, menjelaskan, dan memberikan perspektif terhadap masalah penelitian yang sedang diteliti.

Berdasarkan gambar diatas apa yang telah diuraikan sebelumnya maka akan di uji bagaimana Kepercayaan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat di JNE Padangsidimpuan.

⁴¹ Abd. Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah 9* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 44

Gambar II.2 Kerangka Pikir



Ket :

→ = Parsial
 ↻ = Simultan

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan bahwa Kepercayaan (X_1) dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Kualitas Pelayanan (X_2) dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y). Kepercayaan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Hipotesis juga merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitain yang kebenarannya harus diuji secara impris.⁴²

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_{a1} : Ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan JNE

⁴² Dodiet Aditya, *Hipotesis Dan Variabbel Penelitian* (CV.Tahta.Media, 2021), hlm. 7

Padangsidempuan.

H₀₂: Tidak ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan JNE

Padangsidempuan.

H_{a1}: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE

Padangsidempuan.

H₀₂: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE

Padangsidempuan.

H_{a3}: Ada pengaruh simultan (bersama-sama) kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.

H₀₃: Tidak ada pengaruh simultan (bersama-sama) kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih JNE Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. Kapten Koima, Bincar, Kecamatan. Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2024-Februari 2025.

B. Jenis penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian Kuantitatif Deskriptif. Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivis yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Teknik pengumpulan data kuantitatif deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.²

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data

¹¹ Sansarulaini, Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Pratama Padangsidimpuan, *Skripsi*, Padangsidimpuan, Mahasiswa Uin Syahada Padangsidimpuan, 2022, hlm. 30

² Risna Hairani Sirompul, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Impress Kota Padangsidimpuan Selama Pandemic Covid-19, *Dalam Jurnal Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol. 7, No. 1, 2023, hlm. 49-53

yang mewakili karakteristik tertentu pada penelitian³. Populasi dalam penelitian ini adalah kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan JNE Padangsidimpuan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Non Probability Sampling*. Teknik *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁴

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pelanggan (umum) dengan rentan usia 18-50 tahun.
- b. Pernah menggunakan jasa JNE minimal dua kali pada JNE Padangsidimpuan. Hal tersebut terdapat dalam teori Philip Kotler yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, termasuk kemungkinan memberi kembali produk tersebut.⁵

³ Dameria Sinaga, *Ukur Ajar Statistik Dasar* (Uki Press, 2014), hlm.5

⁴ Rizki Ocha Santina, Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini, *Dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, Volume 2, Nomor 1, 2021, hlm. 3

⁵ James Prabowo Soetanto, Pengaruh Kualitas Produk Dan Keberagaman Produk Terhadap keputusan Pembelian Produk Amondeu, *Dalam Jurnal Manajemen dan Start UP Bisnis*, Volume 5, No.1, 2020, hlm. 8

Rumus ini digunakan untuk mengetahui jumlah sampel dari jumlah populasi yang tidak diketahui. Peneliti ini menggunakan rumus lemeshow. Berdasarkan rumusan *lemeshow* tersebut peneliti hanya mengambil 93 sampel atau 93 responden.

$$\eta = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Ket :

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

z = Nilai z dari distribusi normal standar (biasanya 1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%)

p = proporsi populasi yang diperkirakan memiliki karakteristik tertentu (misalnya 0,05)

d = Tingkat presisi yang diinginkan (0,1 atau 10 %)

Maka perhitungannya:

$$\eta = \frac{1,96 \times 0,5 (1 - 0,05)}{0,1^2}$$

$$\eta = \frac{0,98 \times 0,95}{0,01}$$

$$\eta = \frac{0,0931}{0,01}$$

$$\eta = 93,1$$

Maka yang dibutuhkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 93 responden.

C. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan menjadi sistematis dan dipermudah oleh nya.⁶

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan bertanya jawab langsung kepada responden. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pelanggan penggunaan jasa JNE Padangsidimpuan.

2. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis pada subjek.⁷ Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan JNE Padangsidimpuan.

Instrumen penelitian ini yaitu, dengan mengukur variabel Kepuasan Pelanggan (Y), Kepercayaan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, dengan lima skala, dengan bobot nilai 1 sampai 5.

⁶ Rukiah and Others, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', Dalam Jurnal Masharif al-Syariah. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 7, 2022, hlm. 375

⁷ Thalta Alhamid dan Badur Anufia, Instrumen Pengumpulan Data, Dalam Jurnal Ekonomi, Volume 2, No.1, 2019, hlm. 7

Bobot nilai instrument penelitian berdasarakan modifikasi skala likert untuk setiap variabel penelitian.

Tabel III.1 Skala Likert

INDIKATOR	SKOR
SANGAT SETUJU (SS)	5
SETUJU (S)	4
KURANG SETUJU (KS)	3
TIDAK SETUJU (TS)	2
SANGAT TIDAK SETUJU (STS)	1

Dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan angket agar tidak lari dalam permasalahan yang diteliti, maka peneliti menyusun angket dengan kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuain Harapan	1,2
	Minat Berkunjung Kembali	3,4
	Kesediaan Merekomendasikan	5,6
Kepercayaan (X ₁)	Kemampuan	7,8
	Ketulusan	9, 10
	Keterpercayaan	11,12
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kehandalan	13,14
	Ketanggapan	15,16
	Jaminan	17,18
	Empati	19, 20
	Berwujud	21, 22

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan cara mengambil dokumentasi yang dianggap

perlu.

D. Uji Instrumen (Validitas dan Reabilitas)

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur atau sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standart maka alat ukur tersebut harus melalui uji validitas dan reabilitas dari data uji. Uji validitas menurut pendapat para ahli dapat menggunakan rumus person moment, kemudian setelah itu diuji dengan menggunakan uji t dan setelah itu baru dilihat dari penafsiran kolerasinya.⁸

Menilai suatu ke validan suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Corelation* dari masing-masing pertanyaan dengan rumus:

- a. Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka pertanyaan berkolerasi signifikan (ditanyakan valid).
- b. Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka pertanyaan erkolerasi signifikan (ditanyakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.⁹

⁸ Azis Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Pnelitian & Uji Validitas Reabilitas* (Health Books Publishing, 2021), hlm. 12

⁹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi oleh contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi* (Grandemedia Pustaka Utama, 2022), hlm. 113

Dalam penelitian ini uji reabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha* > 0.60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut reliable. Jika *Cronbach Alpha* < 0.60 , maka pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliable.¹⁰

E. Teknik Analisis data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistik data seperti *min*, *max*, *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range* dan lain-lain untuk mengukur distribusi data yang *skewness* dan *kurtosis*.¹¹

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusan dari Uji Normalitas yang menggunakan metode Uji Kolmogorov-Smirnov maka kriteria pengujiannya sebagai berikut: Jika nilai signifikan $< 0,10$, maka H_0 ditolak. Jika nilai signifikan $> 0,10$, maka H_0 diterima.¹²

¹⁰ Morisson, 'Metode Penelitian Survey (Jakarta kencana, 2014). hlm. 104

¹¹ *Ibid*, hlm. 33.

¹² Duwi Paryanto, Spss 22 Pengelolaan Data Terpadu (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2014), hlm. 78

F. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda mempunyai langkah yang sama dengan analisis regresi linear sederhana. Hanya disini analisisnya lebih kompleks, karena melibatkan banyak variabel bebas. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Bentuk persamaan regresi linear berganda ini adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X_1, X_2 = Variabel Independen

β_1, β_2 = Koefesien Regresi

α = Konstanta

e = Error

Dalam penelitian ini, persamaan regresiliner berganda yang digunakan yaitu:

$$KP = \alpha + \beta_1 K + \beta_2 KLP \dots (2)$$

Keterangan :

KP = Kepuasan Pelanggan

K = Kepercayaan

KLP = Kualitas Pelayanan

β_1, β_2 = Koefesien Regresi

α = Konstanta

G. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan dalam model.

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dengan t-test pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat¹³. Muhammad Firdaus memberikan penjelasan pada dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara parsial (t test) yaitu:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable

¹³ Mudrajat Kuncoro, *Ibid*, hlm. 240

dependen.¹⁴

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat¹⁵. Muhammad Firdaus mengemukakan bahwa keputusan yang diambil dalam pengujian hipotesis secara simultan, yaitu:

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya.

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁶

¹⁴ Riana Magdalena dan Maria Angela Krisanti, Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk., *Dalam Jurnal TEKNO*, Vol. 16, No. 1, 2019, hlm. 37

¹⁵ Mudrajad Kuncoro, Op Cit, hlm. 245

¹⁶ Muhammad Firdaus, Op Cit, hlm. 89

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran dan Objek Penelitian

1. Sejarah Kantor JNE di Kota Padangsidempuan

Pada tahun 1990 awal didirikannya PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani masyarakat dalam urusan jasa terutama impor atas kiriman peka waktu melalui gudang *Rush Handling*, kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi dimata pelanggan maupun mitra kerja. Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri dan perkembangan teknologi informasi, serta beragam inovasi produk yang dikembangkan, kinerja JNE semakin tumbuh juga berkembang di kalangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan penanganan kiriman inport peka semakin berkembang. tak hanya mencakup paket kecil dan dokumen, tetapi merambah pada penanganan transportasi, logistik, serta distribusi.¹

Peluang yang terus tumbuh ini mendorong JNE untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini titik-titik layanana JNE telah mencapai diatas 6000 lokasi dan masih terus bertambah, dengan jumlah karyawan 40.000 orang. Lebih dari 150 lokasi JNE telah terhubung dengan sistem komunikasi *online*, dikawal oleh sistem dan akses sistem informasi yang efektif serta efisien bagi konsumen dalm upaya mengetahui status teknik pengiriman paket atau dokumen. Pada tahun 2018 JNE

¹¹ <https://thidweb.com>

membuka cabang di Kota Padangsidempuan yang mana cabang JNE ini memegang seluruh agen yang berada di seluruh Tabagsel. Sebelum menjadi kantor cabang JNE setabagsel, JNE di Padangsidempuan merupakan kantor JNE agen yang mana agen tersebut dipegang oleh cabang yang berada di Medan.²

Kantor JNE cabang Padangsidempuan ini berada di Jl. Koima Bincar, Kota Padangsidempuan. Keseluruhan karyawan yang terdapat pada JNE Koima Bincar Padangsidempuan sebanyak 7 diantaranya kurir sebanyak 5 orang, admin sebanyak 1 orang, dan kepala mitra sebanyak 1 orang

2. Visi dan Misi JNE Padangsidempuan

Visi dan misi perusahaan merupakan acuan setiap unit bisnis dan setiap anggota organisasi dalam membuat strategi dalam mengambil tindakan. Visi dan misi dilihat dengan mempertimbangkan lingkungan eksternal dan internal³

a. Visi Perusahaan

Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia.

b. Misi Perusahaan

Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten

² <https://www.jne.co.id>

³ <https://www.jne.co.id>

B. Analisis Hasil Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data-data yang telah dideskripsikan dari data sebelumnya berdasarkan instrumen penelitian yang sudah divalidkan dan memiliki tingkat reabilitas yang tinggi. Data yang dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk statistik dengan melakukan pengujian hipotesis untuk pengambilan keputusan yang dirangkum dalam uji dibawah ini :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) dan sebaliknya. Hasil uji validitas kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

a. Uji Validitas Kepercayaan (X1)

Tabel VI.1 Uji Validitas Kepercayaan (X1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
K1	0,852	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (93-2) = 91 pada taraf signifikan 5% diperoleh dari $r_{tabel} = 0,2039$	Valid
K2	0,888		Valid
K3	0,892		Valid
K4	0,877		Valid
K5	0,874		Valid
K6	0,888		Valid

Sumber: Data Diolah Dari spss23

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kepercayaan pada tabel IV.1 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel VI.2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP1	0,872	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (93-2) = 91 pada taraf signifikan 5% diperoleh dari $r_{tabel} = 0,2039$	Valid
KP2	0,889		Valid
KP3	0,878		Valid
KP4	0,884		Valid
KP5	0,881		Valid
KP6	0,879		Valid
KP7	0,857		Valid
KP8	0,924		Valid
KP9	0,875		Valid
KP10	0,865		Valid

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan pada tabel IV.2 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 10 dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel VI.3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP1	0,910	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (93-2) = 91 pada taraf signifikan	Valid
KP2	0,903		Valid
KP3	0,875		Valid
KP4	0,918		Valid
KP5	0,867		Valid

KP6	0,875	5% diperoleh dari $r_{\text{tabel}} = 0,2039$	Valid
-----	-------	--	-------

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan pada tabel IV.3 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan pernyataan 1 sampai 6 dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha 0,60, jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik dan sebaliknya. Uji reabilitas dari variabel trend fashion, harga, kualitas produk, gaya hidup, dan keputusan pembelian, penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kepercayaan	0,941	6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,967	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,944	6	Reliabel

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Sebagaimana yang dijelaskan di atas maka dilihat kesimpulan instrumen masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

3. Uji Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang data-data penelitian seperti, mean, median, standar deviasi, modus, dan lain- lain. Masing-masing variabel yaitu Kepercayaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada tabel IV.7 sebagai berikut:

Tabel IV.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	95	9	30	22.63	5.403
kualitas pelayanan	95	15	50	37.91	8.943
kepuasan pelanggan	95	9	30	23.27	4.917
Valid N (listwise)	95				

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah:

- Variabel Kepercayaan (X1), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 9 sedangkan nilai maksimum sebesar 30 dan rata-rata trend fashion 22,63, standar deviasi data kepercayaan sebesar 5,403.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X2), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 15 sedangkan nilai maksimum sebesar 50 dan rata-rata harga 37,91, standar deviasi data harga sebesar 8.943.

- c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 9 sedangkan nilai maksimum sebesar 30 dan rata-rata kualitas produk 23,27, standar deviasi data kualitas produk sebesar 4,917.

4. Uji Normalitas

Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72651268
Most Extreme Differences	Absolute	.182
	Positive	.182
	Negative	-.130
Test Statistic		.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.0300 ^c

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan Hasil uji pada tabel IV.8 diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan adalah 0,300 dan lebih besar dari 0,05 Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov – Smirnov test*.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan yang dihasilkan dalam bentuk $\hat{y}$ (y topi) digunakan untuk menyatakan bahwa data yang diperoleh dari persamaan regresi

adalah data prediksi. Berikut merupakan hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.9 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.675	.789		4.659	.000
Kepercayaan	.528	.109	.580	4.846	.000
kualitas pelayanan	.202	.066	.367	3.063	.003

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

$$KP = 3,675 + 0,528K + 0,202KP + 0,789$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

- Nilai Konstanta (a) sebesar 3,675 artinya apabila variabel kepercayaan, kualitas pelayanan dianggap konstanta atau nilainya 0, maka peningkatan keputusan pembelian produk pakaian muslimah sebesar 3,675 .
- Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (b_1) sebesar 0,528 artinya apabila kepercayaan meningkat 1 satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,064. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_2) sebesar 0,202 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat 1 maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,358 satuan. Koefisien bernilai positif

artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.358	.97737

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan , kepercayaan

b. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan hasil uji tabel IV.10 regresi koefisien determinasi model summary pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,358. Hal ini menunjukkan arti bahwa 35,8 % variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, sisanya sebesar 64,2 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut sertakan dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial disebut dengan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pengujian hipotesis Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a , diterima dan H_0 ditolak Hal ini berarti variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan sebaliknya, Adapun hasil uji t sebagai berikut.

Tabel IV.11 Uji Parsial t (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.675	.789		4.659	.000
Kepercayaan	.528	.109	.580	4.846	.000
kualitas pelayanan	.202	.066	.367	3.063	.003

Sumber: Data Diolah Dari Spss23

Berdasarkan hasil uji t diperoleh menggunakan rumus $df = n - k - 1 = 93 - 3 - 1 = 89$ dengan menggunakan nilai sigfikansi $10\% : 2 = 5\%$ yang diperoleh t_{tabel} sebesar 0,2039.

1) Pada variabel kepercayaan bahwa $t_{hitung} (4, 846) > t_{tabel} (0, 2039)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

2) Pada variabel kualitas pelayanan bahwa $t_{hitung} (3, 063) > t_{tabel} (0, 2039)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat kepuasan pelanggan, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

c. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Jika F_{hitung} maka $> F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak Hal ini berarti variabel X, das X secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya. Adapun hasil uji F sebagai berikut:

Tabel IV.12 Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.892	2	25.946	27.161	.000 ^b
	Residual	87.883	92	.955		
	Total	139.774	94			

a. Dependent Variable: ABRESID

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan , kepercayaan

Sumber: Data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan data tabel IV.12, dengan kriteria di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 27,161 > F_{tabel} sebesar 2,57 (df 1=k-1) atau 5-1 = 4 (df 2=n-k-1) atau 53-4-1= 48 = F (2,57) sehingga secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan. Data diolah dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 23. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f), maka diperoleh hasil yaitu:

- Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan.

Hasil analisis yang dilakukan pada penelitian pada variabel kepercayaan bahwa $(4,846) > t_{tabel} (0,2039)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Yayan Handayana, dan Andryana Mei Evita Sari (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE ekpress Pondok Gede. Almira Ratih Renaningtyas dan Fadhli Nursali (2024), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi). Nov Elhan Gea (2022), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE Gunung Sitoli.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kepercayaan yang diberikan secara profesional kepada pelanggan ini sudah baik dan sesuai harapan pelanggan sehingga tertarik untuk memakai jasa di perusahaan tersebut. JNE menunjukkan kemampuan, ketulusan, keterpercayaan terhadap pelanggan.

- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.

Hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa $t_{hitung} (3,063) > t_{tabel} (0,2039)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Almira Ratih Renaningtyas dan Fadhli Nursali (2024), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

(studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi). Tiara Vega Permatasari (2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Jakarta.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE Padangsidempuan. Maka dari itu, banyak pelanggan yang merasa senang menggunakan jasa JNE Padangsidempuan tersebut. JNE memberikan kualitas pelayanan berupa kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan berwujud sesuai dengan harapan pelanggan.

- c. Pada variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} (27,161) > F_{tabel} (2,57)$ Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Yayan Handayana, dan Andryana Mei Evita Sari (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna JNE ekpress Pondok Gede. Almira Ratih Renaningtyas dan Fadhli Nursali (2024), yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada agen JNE Animo 3 Bekasi). Tiara Vega Permatasari (2021), yang

menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Jakarta

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan JNE yaitu tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE sudah sangat memenuhi dan sesuai dengan seluruh indikator yang berlaku.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengikuti langkah-langkah yang dirancang secara cermat agar menghasilkan yang optimal. Namun, mencapai hasil yang sempurna sangat sulit karena dalam pelaksanaannya terdapat beberapa keterbatasan. Beberapa keterbatasan yang dalam peneliti dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini hanya di fokuskan pada mahasiswi UIN Syahada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2020.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
3. Berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan sebesar 64,2 %. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangga JNE Padangsidempuan yaitu:

- a. Pada variabel kepercayaan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa $t_{hitung} (4,846) > t_{tabel} (0,2039)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan, maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
- b. Pada variabel kualitas pelayanan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat bahwa $t_{hitung} (3,063) > t_{tabel} (0,2039)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat kepuasan pelanggan, maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
- c. Pada variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan. Dapat dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} (27, 161) > F_{tabel} (2,57)$. Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi merupakan suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE

Padangsidempuan. Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari hasil penelitian maka implikasinya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil yang ditemukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena kepercayaan yang diberikan secara profesional kepada pelanggan ini sudah baik dan sesuai harapan pelanggan sehingga tertarik untuk memakai jasa di perusahaan tersebut.
2. Berdasarkan pada hasil yang ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE Padangsidempuan. Maka dari itu, banyak pelanggan yang merasa senang menggunakan jasa JNE Padangsidempuan tersebut.
3. Berdasarkan pada hasil yang ditemukan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidempuan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan dan bahan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, selain dari kepercayaan, dan kualitas pelayanan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat.

2. Bagi UIN Syahada Padangsidimpuan

Diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai tambahan ilmu dan informasi serta referensi bagi penelitian selanjutnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan yang membahas mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Padangsidimpuan..

3. Bagi Responden

Responden diharapkan lebih memahami informasi yang diperoleh dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, K., (2022), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm.1
- Aliansyah, T., *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bnak Aceh Syariah Cabang Banda Aceh*, Vol.1, No.1 Novemver, hlm.33
- Cahyani, E, U., dkk., 2022, *Ekonomi Islam*, hlm.204
- Candrianto, ST, M.Pd. (2024), *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*, Hlm41
- Caniago, M., (2018), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Angkutan Penyebrangan PT.ASDP Indonesia Ferry (Persero) cabang Sibolga*
- Estifaza., M, S., (2023), *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Berdasarkan Promosi, CRM, dan Kepercayaan*, Badung, Bali, Intektual Manifes Indonesia.
- Fajrin, A, D, N., Firdaus, F., Huda, S, M., dkk. (2014). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Ketepatan Waktu Pengiriman Sebagai Variabel Moderasi Pada PT JNE Ekpress Cabang Karangawen. *Jurnal Mnajemen Digital Era Digital Vol 1 No2, 3*
- Febrianty, T, A, P., (2023), *Niat Konsumen Memebeli Kembali Berdasrkan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik, Serta Hubungan Timbal Balik*
- Gultom, K, D., Arif, M., Fahmi, M., (2020), *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, Vol.3 No. 2
- Handayana, Y., Sari, E, M, A., (2021), *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna JNE Ekpress Pondok Gede*. Vol.27 No2.2
- Harahap, A, S., (2018), *Analisa Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Aplikasi Shopee*, *Skripsi*, Padangsidimpuan, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, 2018
- Hardana, A., Hairani, R., Utami, T. W., & Khairani, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Sangkumpal Kota

Padangsidimpun Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 12(1), 28-35.

Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpun. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).

Hardana, A., Sitompul, H, R., (2023), Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Kota Padangsidimpun Selama Pandemi Covid 19, *Dalam Jurnal Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol. 7, No.1

<https://www.jne.co.id>

Idrus, A, DR. S., M.M, M,Ag, (2019). *Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pembelian*, Hlm.2

Indahingwati, A., (2019), *Kepuasan Komsumen Dan Citra Instansi Kepolisian Pada Kualitas Layanna SIM Corner Di Indonesia*, Surabaya,CV Jakad Publishing

Isa, M., Lubis, A., Caniago, M., (2019), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penumpang Mnegggunakan Jasa Angakatan Ekonomi Syariah*, hlm.167

Kristianto, C., Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan JNE Di Sumatera Barat, *Dalam Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol. 7, No. 5, 2022, hlm.1

Magdalena, R., Krisanti, A, M., (2019), Analisis Penyebab Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik Dengan Metode Pengujian Independend Sample T-Test Di PT Merck, *Dalam Jurnal TEKNO*, Vol.16, No.1

Marcella, I., Haris, A, P., (2022), *Determinan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan (Literature Review Manjemen Pemasaran)*

Megasari, D, L., Rapini, T., Purwaningrum, T., (2024), Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediaso Oleh Kepuasa Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Jalur Darat, *Indonesian Journal Of Business And Management. Vol.4 No1*

Noor, V, F., (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Al Wahida Indonesia, *Skripsi*, IAIAN Bengkulu, Bengkulu

- Paryanto, D., (2014), *Spss 22 Pengelolaan Data Terpadu*, Yogyakarta, Cv. Andi Offset, hlm.78
- Permatasari, V., T., Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Jakarta, *Dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Kewirausahaan*, Vol. 7, No.3, 2021, hlm.1
- Profil Kota Padangsidempuan, “*Laporan Akhir PR12JM Bidang Cipta Karya Kota Padangsidempuan*”, 2024, hlm. 4
- Rangkuti, F (2017), *Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, Hlm, 3.
- Richadinata, P, R, K., A.A ., Aristayudha, B, A., Vitalia Fina Carla Rettojban, Ni Made Widnyani, Ni luh Putu Surya Astitiani, (2024), *Manjemen Pemasaran:Konsep Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, hlm,45-49
- Sansarulaini, (2022), Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Pratama Padangsidempuan, *Skripsi, UIN Syahada Padangsidempuan*, hlm.30
- Santina, O, R., (2021), *Analisa Peran Orangtua Dalam Menganalisi Perilaku Subling Rivaly Anak Usia Dini*, Vol.2, No.1
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Soelaiman, A., (2023), *Membangun Kepuasan dan Meningkatkan Loyalitas Merek*, Hlm.38-40
- Suwitho, (2022), *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelangganya*, Hlm.61
- Syuryatman, Fitriandi, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Di Kota Payakumbuh, *Dalam Jurnal of Social Research*, Vol. 4, No. 1, 2024, hlm. 1
- Tampanguna, K, I., (2022), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanPelanggan Rumah Es Mangas Bahu Kota Manado, Productivity*, hlm. 8

- Tjiptono, F., Diana, A., (2023), *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*, Penerbit Andi, Yogyakarta, Penerbit Andi Yogyakarta
- Urbanus, J., Werbal, M., (2019), *Pengaruh Sikap Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, hlm.59
- Wahyuni, E., (2019), *Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaran Jurnal Kajian Hukum Islam*, hlm.184-92
- Wahyuni, I., Pramitasari, D, T., **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Pada Jasa Pengiriman Jne Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shopee, Dalam Ekonomi Dan Bisnis Growth, Vol. 20, No.1, hlm.1**
- Wicaksana, A, R, M., Santosa, B, S., (2022), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pelanggan Sebagai Variabel Interesting, *Jurnal Of Manajemen Vol.11 No3*
- Yuniarta, F., Barokah, I., Wulandari, A, G., Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening, *Dalam Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No.1, 2019, hlm.1
- Yuniarti, S, V., (2015), *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung. CV. Pustaka Setia

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Salsabila
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir	: Medan, 21 Januari 2002
Anak ke	: 1 dari 4 bersaudara
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Alamat	: Tumpatan
Telepon/Hp	: 081263453566
E-mail	: salsabilaabdi2002@gmail.com

DATA ORANGTUA/WALI

Nama Ayah	: Indra Abdi
Nama Ibu	: Rostalina Damanik
Alamat	: Tumpatan

Latar Belakang Pendidikan

Tahun (2008-2013)	: Yayasan Dharma Bakti Lubuk Pakam
Tahun (2013-2016)	: SMPN 1 Lubuk Pakam
Tahun (2016-2020)	: SMAS Nusantara Lubuk Pakam
Tahun (2020-sekarang)	: UIN Syahada Padangsidempuan

Lampiran 1 Angket Kuisisioner

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Risna Hairani Sitompul, MM

NIDN : 0119038306

Telah memberikan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan”.

Yang disusun oleh:

Nama : Salsabila

Nim : 2040200074

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harpan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Januari 2025
Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUSAN PELANGGAN (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kesesuaian Harapan.	1, 2			
Minat Berkunjung Kembali.	3, 4			
Kesediaan Merekomendasikan.	5, 6			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Januari 2025
Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPERCAYAAN (X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kemampuan.	7, 8			
Ketulusan.	9, 10			
Keterpercayaan.	11, 12			

Catatan:

.....
.....

Padangsidimpuan, Januari 2025
Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X2)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *Cheklis* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi atau menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kehandalan.	13, 14			
Ketanggapan.	15, 16			
Jaminan.	17, 18			
Empati.	19, 20			
Berwujud.	21, 22			

Catatan:

.....
.....

Padangsidempuan, Januari 2025
Validator

Risna Hairani Sitompul, MM
NIDN. 0119038306

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE
PADANGSIDIMPUAN**

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Alamat :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Beri tanda ceklis (✓) pada pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
2. Terdapat 5 pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. KUESIONER PENELITIAN

1. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Barang yang diterima dari pengiriman melalui JNE Padangsidimpuan sesuai dengan kondisi barang.					
2	Barang yang tidak sesuai bisa dikembalikan kepada delivery JNE Padangsidimpuan.					

3	Saya memutuskan untuk kembali menggunakan jasa pelayanan JNE Padangsidempuan sesuai dengan kebutuhan.					
4	Saya memprioritaskan pengiriman melalui JNE Padangsidempuan dibandingkan dengan pengiriman lainnya.					
5	Saya merekomendasikan jasa JNE Padangsidempuan kepada kerabat dan keluarga.					
6	Saya bersedia memberikan info dan kesan positif terhadap kepuasan menggunakan jasa JNE Padangsidempuan.					

2. Variabel Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
7	JNE Padangsidempuan memberikan pelayanan yang memprioritaskan kebutuhan pelanggan.					
8	JNE Padangsidempuan memberikan informasi yang jelas tentang estimasi pengiriman.					
9	JNE Padangsidempuan memberikan kenyamanan kepada pelanggan.					
10	JNE Padangsidempuan selalu membantu dengan tulus atas kebutuhan pelanggan.					
11	JNE Padangsidempuan selalu memberikan kepercayaan terhadap pelanggan.					
12	JNE Padangsidempuan sangat dapat dipercaya sehingga saya terbebas dari resiko dalam proses pengiriman.					

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
13	JNE Padangsidimpuan selalu memahami kebutuhan pelanggannya.					
14	karyawan JNE Padangsidimpuan selalu melayani dengan penuh keramahan					
15	JNE Padangsidimpuan selalu tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.					
16	Karyawan JNE Padangsidimpuan selalu memberikan informasi kepada pelanggannya ketika mendapatkan kesulitan dalam proses pengiriman barang.					
17	Estimasi pengiriman menjadi jaminan kepercayaan yang dibuat JNE Padangsidimpuan kepada pelanggan.					
18	JNE Padangsidimpuan memberikan jaminan jika barang yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan.					
19	JNE Padangsidimpuan melakukan konfirmasi terhadap pelanggan sebelum mengantarkan barang kepada pelanggan.					
20	Jika pelanggan tidak berada di lokasi maka barang disimpan di kantor JNE Padangsidimpuan.					
21	JNE Padangsidimpuan selalu sapa dengan ramah dan sopan kepada pelanggan.					
22	JNE Padangsidimpuan memberikan kemudahan dan pemahaman tentang proses pengiriman barang baik melalui ekspres maupun non ekspres..					

Lampiran 2 Hasil Output SPSS

Uji statistik deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	95	9	30	22.63	5.403
kualitas pelayanan	95	15	50	37.91	8.943
kepuasan pelanggan	95	9	30	23.27	4.917
Valid N (listwise)	95				

Uji Validitas

Variabel Kepercayaan (X1)

Correlations

	X1.1	X2.1	X3.1	X4.1	X5.1	X6.1	Kepercayaan
X1.1 Pearson Correlation	1	.755**	.775**	.590**	.722**	.694**	.852**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	93	95	95	95	95
X2.1 Pearson Correlation	.755**	1	.745**	.757**	.644**	.775**	.888**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	93	95	95	95	95
X3.1 Pearson Correlation	.775**	.745**	1	.756**	.775**	.701**	.892**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93
X4.1 Pearson Correlation	.590**	.757**	.756**	1	.760**	.776**	.877**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000

X4.2	Pearson Correlation	.717**	.833**	.718**	1	.733**	.765**	.643**	.824**	.676**	.821**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X5.2	Pearson Correlation	.843**	.684**	.884**	.733**	1	.668**	.759**	.723**	.786**	.690**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X6.2	Pearson Correlation	.660**	.871**	.691**	.765**	.668**	1	.760**	.851**	.691**	.777**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X7.2	Pearson Correlation	.790**	.680**	.757**	.643**	.759**	.760**	1	.807**	.776**	.629**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X8.2	Pearson Correlation	.741**	.818**	.763**	.824**	.723**	.851**	.807**	1	.772**	.824**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X9.2	Pearson Correlation	.782**	.700**	.790**	.676**	.786**	.691**	.776**	.772**	1	.758**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X10.2	Pearson Correlation	.646**	.757**	.675**	.821**	.690**	.777**	.629**	.824**	.758**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
kualit as pelay anan	Pearson Correlation	.872**	.889**	.878**	.884**	.881**	.879**	.857**	.924**	.875**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations						
		X1.3	X2.3	X3.3	X4.3	X5.3	X6.3	kepuasan pelanggan
X1.3	Pearson Correlation	1	.793**	.853**	.751**	.801**	.725**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	.793**	1	.698**	.798**	.732**	.764**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	.853**	.698**	1	.772**	.761**	.676**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X4.3	Pearson Correlation	.751**	.798**	.772**	1	.756**	.809**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X5.3	Pearson Correlation	.801**	.732**	.761**	.756**	1	.635**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X6.3	Pearson Correlation	.725**	.764**	.676**	.809**	.635**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
kepuasan pelanggan	Pearson Correlation	.910**	.903**	.875**	.918**	.867**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

Uji Reliabilitas

Variabel Kepercayaan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	6

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	10

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72651268
Most Extreme Differences	Absolute	.182
	Positive	.182
	Negative	-.130
Test Statistic		.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.0200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.675	.789		4.659
	kepercayaan	.528	.109	.580	4.846
	kualitas pelayanan	.202	.066	.367	3.063

Uji Hipotesis

Uji Koefesien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.358	.97737

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan , kepercayaan

b. Dependent Variable: ABRESID

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.675	.789		4.659	.000
Kepercayaan	.528	.109	.580	4.846	.000
kualitas pelayanan	.202	.066	.367	3.063	.003

Uji Parsial t (Uji t)

Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	51.892	2	25.946	27.161	.000 ^b
Residual	87.883	92	.955		
Total	139.774	94			

a. Dependent Variable: ABRESID

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan , kepercayaan

Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Instrumen Variabel Kepercayaan (X1)

X1.1	X2.1	X3.1	X4.1	X5.1	X6.1	T.X1
4	3	3	2	1	2	15
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	2	3	3	4	19
4	2	4	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
2	1	3	4	4	5	19
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	4	27
3	4	2	1	2	3	15
4	3	4	3	4	3	21
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24

5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	3	2	3	19
3	2	3	2	3	2	15
3	2	3	2	3	2	15
2	1	2	1	2	1	9
3	4	3	4	3	4	21
3	2	3	2	4	3	17
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	3	21
2	1	3	4	3	2	15
2	3	1	2	3	2	13
2	1	2	1	2	1	9
3	2	3	2	3	2	15
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	4	22
2	3	4	3	3	4	19
3	1	3	4	3	1	15
4	3	4	2	3	4	20
4	3	4	3	4	3	21
3	1	2	3	4	3	16
3	4	4	4	4	4	23
4	4	5	5	5	5	28

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
4	4		4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	1	1	14
4	4	4	3	4	3	22
2	3	4	3	3	1	16
1	2	3	4	3	4	17
2	3	4	3	3	4	19
3	4	3	3	1	3	17
4	3	4	2	1	2	16
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	4	28
1	2	4	3	3	1	14
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	2	3	2	15

Hasil Uji Intrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

X1.2	X2.2	X3.2	X4.2	X5.2	X6.2	X7.2	X8.2	X9.2	X10.2	T.X2
3	4	5	3	2	2	3	4	3	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	3	2	1	4	5	4	3	2	33
4	1	4	2	4	2	4	4	3	4	32
5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	35
1	2	3	1	2	4	4	3	2	3	25
2	1	2	1	3	2	3	1	2	3	20
2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	15
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	35
2	3	1	3	1	3	3	1	2	3	22
3	2	3	4	3	4	4	3	2	3	31
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
3	4	3	1	3	4	4	3	4	3	32
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
2	2	1	2	1	2	2	2	3	4	21
4	3	2	1	2	3	3	2	3	1	24
2	3	4	4	2	3	2	3	4	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	35
2	3	1	3	2	3	3	3	1	2	23
3	4	5	3	3	3	3	4	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
2	3	4	3	3	4	4	3	2	1	29
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	25

Hasil Uji Intrumental Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

X1.3	X2.3	X3.3	X4.3	X5.3	X6.3	T.Y
4	4	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	4	3	5	24
4	3	4	2	4	1	18
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	2	5	4	3	2	20
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	4	27
4	3	4	3	4	2	20
4	4	4	4	4	3	23
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	3	19
3	2	3	2	3	2	15
3	2	3	2	3	2	15
2	1	2	1	2	1	9
3	4	3	4	3	4	21
3	4	4	3	2	1	17
4	4	4	4	5	4	25
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	1	4	3	4	2	17
3	2	5	4	5	3	22
3	1	3	2	1	5	15
2	1	2	1	2	1	9
3	2	3	2	3	2	15
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	3	21
3	2	3	5	4	3	20
4	3	3	3	4	2	19
4	3	4	3	4	5	23
4	3	4	3	4	3	21
4	3	5	4	3	4	23
3	4	4	4	4	4	23
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 – 160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 – 200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 4 Dokumentasi



WAWANCARA DENGAN WILDA NORA



WAWANCARA DENGAN KHOPIPAH



WAWANCARA DENGAN BEBY SYAHLENI HARAHAHAP



WAWANCARA DENGAN ILMAN ADHA SIREGAR



WAWANCARA DENGAN SUCI DAN LENI



WAWANCARA DENGAN RIRI AULIA RAHMI



WAWANCARA DENGAN MARDIAH RITONGA



WAWANCARA DENGAN SELVI HARISMA RANGKUTI



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 : 2965 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/12/2024

05 Desember 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Pimpinan JNE Kota Padangsidempuan.
Di Padangsidempuan

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

Nama : Salsabila
NIM : 2040200074
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 Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Padangsidempuan"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Padangsidempuan, 9 Januari 2025

Sifat :

Lampiran : 1

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/ibu Pimpinan JNE Padangsidempuan

Di Koima Bincar, Padangsidempuan

Dalam rangka memenuhi dan melengkapi tugas akhir/skripsi yang berjudul “
Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE
Padangsidempuan- diperlukan penelitian,

Oleh karena itu, kami mengajukan permohonan izin riset kepada Bapak/Ibu Pimpinan
JNE Padangsidempuan. Saya selaku peneliti :

Nama : Salsabila

Nim : 2040200074

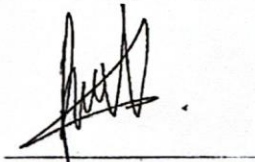
Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmas Ad-
dary)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenankannya diucapkan terima
kasih.

Kepala Pimpinan

JNE Padangsidempuan



Peneliti



SALSABILA