

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian



Gambar 4.1 Logo J&T
Sumber: Jet.co.id

Perusahaan penyedia jasa ekspedisi J&T dibangun dan diresmikan tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2015 dengan kantor pusat di Pluit, Jakarta Utara. Meskipun terbilang perusahaan baru dibidang jasa pengiriman barang dan ekspedisi, namun J&T optimis akan menjadi jasa unggulan dan menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia. Hadirnya J&T Express sebagai perusahaan baru di Indonesia telah berkomitmen siap melayani kebutuhan publik.

J&T Express siap melayani Indonesia untuk pelayanan pengiriman cepat, nyaman dan terpercaya. Inovasi berbasis teknologi menjadi unggulannya dengan pelayanan premium dengan harga murah dengan kualitas premium. J&T Express mulai beroperasi pada bulan september tahun 2015, dimana saat itu sudah memiliki 1.025 cabang di Indonesia, sepuluh ribu *Sprinter* (kurir), dan 1.000 unit mobil di seluruh Indonesia.

a. VISI DAN MISI

VISI PERUSAHAAN

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

MISI PERUSAHAAN

- 1) Menyediakan produk jasa angkutan/titipan ke seluruh pelosok Indonesia dengan mengutamakan kepuasan customer.
- 2) Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.
- 3) Menjalankan bisnis cargo atau jasa titipan dan manajemen resiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal.
- 4) Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.
- 5) Berusaha dan bekerja dengan semangat, bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham.

- 6) Turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dengan memberi santunan kepada anak yatim piatu dan kaum dhuafa.
- 7) Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan maksimal sesuai kebutuhan pemerintah.
- 8) Membantu pemerintah dalam peningkatan ekonomi rakyat dengan pendistribusian barang-barang kebutuhan rakyat sampai ke pelosok tanah air dengan harga yang terjangkau.

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 220 yang akan disajikan dalam kelompok jenis kelamin, kota, usia, pekerjaan, dan banyaknya dalam menggunakan layanan J&T Express.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dibedakan menjadi 2 yaitu laki – laki dan perempuan yang disajikan dalam diagram berikut:

Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki - laki	64	29,1%
2	Perempuan	156	70,9%
	Total	220	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki -laki dengan jumlah perempuan 156 orang dengan presentase 70,9% dan laki laki 64 orang dengan presentase

29,1%. Maka dari itu responden pengguna jasa layanan J&T Express didominasi dengan jenis kelamin perempuan.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Provinsi

Dalam penelitian ini menggunakan populasi di seluruh Indonesia, sehingga diperoleh kesimpulan hasil dari analisis data berdasarkan provinsi yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Provinsi

Provinsi	Jumlah	Persentase
Jawa Tengah	87	39,55%
DKI Jakarta	41	18,64%
Jawa Barat	34	15,45%
DIY	34	15,45%
Jawa Timur	16	7,27%
Bali	1	0,45%
Aceh	1	0,45%
Kalimantan Selatan	1	0,45%
NTT	1	0,45%
Sumatera Barat	1	0,45%
Bandar Lampung	1	0,45%
Kalimantan Timur	1	0,45%
NTB	1	0,45%
Total	220	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dengan asal provinsi paling banyak didominasi oleh responden yang berasal dari Jawa Tengah berjumlah 87 orang dengan persentase 39,55%, DKI Jakarta yang berjumlah 41 orang dengan persentase 18,64%. Kemudian responden dari Jawa Barat dan DIY berjumlah 34 orang dengan persentase 15,45%, dari Jawa Timur berjumlah 16 dengan persentase 7,27%. Selanjutnya berasal dari Bali, Aceh, Kalimantan Selatan,

Kalimantan Timur, NTT, NTB, Sumatera Barat, dan Bandar Lampung yang berjumlah masing – masing 1 orang dengan persentase 0,45%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Dari data hasil kuesioner dengan responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	48	21,85%
2	21 - 30 Tahun	164	74,5%
3	30 - 40 Tahun	8	3,65%
	Total	220	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa responden berusia < 20 tahun berjumlah 48 orang dengan persentase 21,85%, responden dengan usia 21 – 30 tahun berjumlah 164 orang dengan persentase 74,5%, dan responden dengan usia 30 – 40 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 3,65%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 21 – 30 tahun.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari data hasil kuesioner dengan responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	166	75,5%
2	Karyawan Swasta	44	20%
3	PNS	2	0,9%
4	Pengusaha	8	3,6%
	Total	220	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan pelajar atau mahasiswa berjumlah 166 orang dengan persentase 75,5%, pekerjaan karyawan swasta berjumlah 44 orang dengan persentase 20%, PNS berjumlah 2 orang dengan persentase 0,9%, dan yang bekerja sebagai pengusaha berjumlah 8 orang dengan persentase 3,6%. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini mayoritas responden yang menggunakan layanan J&T Express adalah didominasi oleh pelajar atau mahasiswa.

e. Deskripsi responden berdasarkan jumlah penggunaan

Dari data penyebaran kuesioner, di analisis bahwa responden berdasarkan jumlah penggunaan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan

No	Penggunaan	Jumlah	Presentase
1	1 - 3 Kali	50	22,73%
2	4 - 5 Kali	39	17,73%
3	Lebih dari 5 kali	131	59,54%
	Total	220	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan penggunaan 1 – 3 kali berjumlah 50 orang dengan persentase 22,73%, yang menggunakan sebanyak 4 – 5 kali berjumlah 39 orang dengan persentase 17,73%, dan yang menggunakan lebih dari 5 kali berjumlah 131 orang dengan persentase 59,54%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini mayoritas responden menggunakan jasa layanan sebanyak lebih dari 5 kali.

3. Deskriptif Data Penelitian

Penelitian ini memiliki 4 variabel, yaitu kualitas layanan, ketepatan waktu, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan. Dimana variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan diukur menggunakan *second order*, sedangkan variabel ketepatan waktu diukur dengan *first order*. Adapun masing – masing item pertanyaan dan deskripsi statistik berupa min, max, mean, dan standar deviasi dari masing masing item pertanyaan sebagai berikut.

Tabel 4. 6 *Descriptive Statistic*

<i>Descriptive Statistic</i>						
Item	Item Pertanyaan	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Ass1	J&T Express memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan	220	1	5	4,0591	0,8693
Ass2	Personel pengiriman memiliki pengalaman dalam pekerjaannya	220	1	5	4,2409	0,7331
Ass3	Personel pengiriman memberikan jawaban lengkap atas pertanyaan pelanggan	220	1	5	4,1864	0,7668
Ass4	Petugas memiliki pengetahuan mengenai layanan yang disediakan J&T	220	1	5	4,3227	0,7690
Em1	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pelanggan	220	1	5	4,2227	0,8204
Em2	Personel pengiriman mengutamakan kepentingan pelanggan	220	1	5	4,2091	0,7873
Em3	Petugas pengiriman berupaya ekstra dalam	220	1	5	4,2727	0,7123

	melayani permintaan pelanggan					
Em4	Jam operasional pengiriman nyaman bagi pelanggan	220	1	5	4,1409	0,7938
Tan1	Petugas pengiriman terlihat sopan dan berpakaian rapi	220	1	5	4,2500	0,7424
Tan2	J&T Express memiliki website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi tentang pengiriman	220	1	5	4,3000	0,7810
Tan3	Petugas pengiriman menggunakan alat dan perangkat yang memadai	220	1	5	4,1955	0,7154
Tan4	Pengaturan layanan petugas terkoordinasi dengan baik	220	1	5	4,1591	0,7670
Tan5	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman dan bersih	220	1	5	3,9727	0,8362
Res1	J&T Express bertanggung jawab tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan dan pengiriman	220	1	5	4,1545	0,8223
Res2	Petugas J&T mampu memberikan solusi yang tepat bagi permasalahan pelanggan	220	1	5	4,1500	0,7569
Res3	Kecepatan menangani pengiriman paket	220	1	5	4,1818	0,7941
Res4	Petugas J&T memberikan perhatian yang tepat kepada pelanggan	220	1	5	4,1682	0,7470
Rel1	Jangkauan pengiriman J&T Express luas.	220	1	5	4,4409	0,7635
Rel2	Pelayanan jasa pengiriman barang tetap dilakukan pada saat hari libur	220	1	5	4,1455	0,9567

Rel3	Petugas pengiriman mengirimkan paket ke lokasi pelanggan dengan tepat	220	1	5	4,3318	0,7531
Rel4	Petugas pengiriman menjaga kerahasiaan dan privasi pelanggan (no hp dan alamat)	220	1	5	4,3818	0,7744
Rel5	Petugas pengiriman menyimpan catatan pengiriman (tagihan dll)	220	1	5	4,1636	0,8149
Kw1	Kurir J&T Express mengirimkan barang walaupun di luar jam kerja	220	1	5	3,9182	1,0192
Kw2	Saya merasa puas dengan pengiriman paket di J&T Express	220	1	5	4,3182	0,7438
Kw3	J&T Express selalu mengutamakan keamanan barang yang dikirim	220	2	5	4,2955	0,7255
Kw4	Paket yang dikirimkan J&T Express tepat waktu sesuai dengan estimasi waktu pengiriman	220	1	5	4,2045	0,7501
Kw5	Paket yang dikirimkan J&T Express jarang mengalami keterlambatan pengiriman	220	1	5	4,1909	0,8474
Kw6	Jasa pengiriman J&T Express memenuhi harapan saya dalam ketepatan waktu pengiriman	220	1	5	4,2591	0,6682
Kw7	J&T memberikan harga sesuai dengan estimasi waktu	220	2	5	4,2545	0,7620
Kw8	J&T memberikan harga sesuai dengan jenis layanan	220	1	5	4,2773	0,7388
Kw9	Harga Pengiriman sesuai dengan jenis	220	2	5	4,2864	0,7038

	barang yang akan di kirim					
Ben1	J&T Express selalu memahami kebutuhan dan mengutamakan kepentingan konsumen	220	1	5	4,2000	0,7483
Ben2	Konsumen merasa nyaman menggunakan layanan J&T	220	1	5	4,2818	0,7340
Ben3	Konsumen merasa aman menggunakan layanan J&T	220	1	5	4,3455	0,7378
Ab1	Pihak J&T Express mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen	220	1	5	4,1182	0,7889
Ab2	Layanan ini selalu memberikan apa yang dijanjikan	220	1	5	4,1091	0,7960
Ab3	Personel pengiriman mempunyai pengalaman sehingga mampu mengirim barang tepat pada waktunya.	220	1	5	4,2136	0,7229
Int1	Pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh J&T sesuai dengan harapan pelanggan	220	2	5	4,2682	0,6914
Int2	J&T Express tidak akan menyembunyikan informasi yang penting bagi pelanggannya	220	1	5	4,1727	0,8018
Int3	konsumen merasa bahwa J&T Express akan selalu menjaga reputasinya	220	1	5	4,2636	0,7284
Will1	J&T Express dapat diandalkan sebagai perusahaan pengiriman yang dapat dipakai untuk melayani pengiriman barang dan	220	2	5	4,2909	0,6721

	dokumen oleh konsumen.					
Wil2	Pelanggan bersedia menerima resiko yang mungkin terjadi selama proses pengiriman pada J&T	220	1	5	4,0909	0,8479
Kth1	Konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh J&T Express	220	1	5	4,2455	0,7347
Kth2	Terpenuhinya harapan pelanggan dengan pengiriman barang yang tepat waktu	220	1	5	4,2318	0,7839
Kth3	Terpenuhinya harapan pelanggan dengan keamanan barang yang dimiliki	220	1	5	4,3091	0,7354
Bk1	Konsumen tidak akan beralih ke jasa pengiriman barang yang lain.	220	1	5	3,8773	0,9575
Bk2	Konsumen merasa puas dan kembali menggunakan jasa pengiriman J&T Express	220	2	5	4,2364	0,7377
Bk3	Konsumen akan memanfaatkan layanan pengiriman J&T di lain waktu	220	1	5	4,1773	0,7326
M1	Konsumen merekomendasikan jasa layanan J&T Express karena pengiriman tepat waktu	220	1	5	4,2182	0,7432
M2	Konsumen merekomendasikan untuk menjadi pilihan utama dalam menggunakan jasa pengiriman	220	1	5	4,1227	0,8412

M3	Konsumen merekomendasikan jasa pengiriman paket ini karena layanan yang bagus	220	1	5	4,2273	0,7881
----	---	-----	---	---	--------	--------

Sumber: Data Diolah, 2023

Keterangan

Ass	: Assurance	Ab	: Ability
Emp	: Empathy	Int	: Integrity
Tan	: Tangible	Wil	: Willingness to Depend
Res	: Responsive	Kth	: Kinerja terhadap harapan
Rel	: Reliability	Bk	: Berkunjung Kembali
Kw	: Ketepatan Waktu	M	: Merekomendasi
Ben	: Benevolence		

Dilihat berdasarkan tabel 4.6 diatas jawaban atas item pertanyaan bervariasi, yaitu pada kisaran min 1 dan max 5. Namun, jawaban dari item pertanyaan kuesioner menghasilkan jawaban yang setuju yaitu pada kisaran 3,5 sampai 4,5. Data yang didapatkan dalam penelitian juga dikatakan memiliki sebaran data yang baik, terlihat dari nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata – ratanya.

4. Uji Instrumen penelitian

Pada uji instrumen penelitian ini terdapat 2 pengujian yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Berikut ini hasil pengujiannya:

a. Uji Validitas

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen adalah hubungan antar skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya. Validitas konvergen dikatakan dapat terpenuhi apabila nilai AVE pada tiap variabel $\geq 0,5$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4. 7 Tabel Validitas Konvergen

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kualitas Layanan	0,511
Kepercayaan	0,589
Ketepatan Waktu	0,522
Kepuasan Pelanggan	0,635

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk validitas konvergen dari variabel kualitas layanan adalah terpenuhi, karena nilai *average variance extraced* (AVE) adalah $0,511 \geq 0,5$. Variabel kepercayaan adalah $0,589 \geq 0,5$. Selanjutnya variabel ketepatan waktu adalah sebesar $0,522 \geq 0,5$. Dan variabel kepuasan pelanggan dengan nilai sebesar $0,635 \geq 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini mempunyai tingkat validitas yang baik. Artinya instrumen dari semua variabel dianggap bagus untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Mencukupi atau tidaknya konstruk sebagai fungsi dari nilai *cross loading* faktor. Untuk menentukan *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melihat koefisien korelasinya

nilai konstruknya di atas atau lebih tinggi dari tiap angka koefisien indikator pada kolom konstruk lainnya maka variabel memiliki diskriminan yang memadai (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4. 8 Tabel *Cross Loadings*

	Kualitas Layanan	Ketepatan Waktu	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan
Ass1	0,478	0,388	0,401	0,417
Ass2	0,493	0,387	0,429	0,415
Ass3	0,501	0,429	0,435	0,432
Ass4	0,565	0,475	0,512	0,477
Em1	0,393	0,353	0,351	0,353
Em2	0,516	0,448	0,453	0,449
Em3	0,476	0,418	0,412	0,385
Em4	0,492	0,418	0,413	0,430
Tan1	0,478	0,413	0,421	0,378
Tan2	0,474	0,363	0,368	0,363
Tan3	0,553	0,422	0,448	0,424
Tan4	0,535	0,453	0,464	0,436
Tan5	0,460	0,369	0,415	0,424
Res1	0,535	0,460	0,471	0,443
Res2	0,522	0,465	0,456	0,434
Res3	0,505	0,476	0,449	0,467
Res4	0,547	0,487	0,499	0,506
Rel1	0,517	0,440	0,424	0,414
Rel2	0,433	0,394	0,382	0,388
Rel3	0,501	0,427	0,434	0,415
Rel4	0,543	0,465	0,484	0,460
Rel5	0,488	0,388	0,424	0,417
Kw1	0,392	0,440	0,399	0,383
Kw2	0,463	0,507	0,470	0,462
Kw3	0,449	0,516	0,472	0,455
Kw4	0,481	0,543	0,460	0,465
Kw5	0,353	0,488	0,402	0,399
Kw6	0,369	0,477	0,376	0,380
Kw7	0,411	0,525	0,462	0,417
Kw8	0,440	0,513	0,464	0,438
Kw9	0,456	0,500	0,451	0,426
Ben1	0,417	0,442	0,521	0,457
Ben2	0,449	0,486	0,544	0,494
Ben3	0,460	0,493	0,545	0,505

Ab1	0,486	0,441	0,538	0,474
Ab2	0,508	0,490	0,559	0,497
Ab3	0,512	0,504	0,537	0,485
Int1	0,497	0,510	0,568	0,510
Int2	0,405	0,445	0,492	0,412
Int3	0,457	0,443	0,549	0,462
Wil1	0,470	0,468	0,527	0,477
Wil2	0,415	0,426	0,478	0,465
Kth1	0,463	0,449	0,496	0,528
Kth2	0,441	0,442	0,458	0,522
Kth3	0,505	0,499	0,528	0,559
Bk1	0,422	0,440	0,465	0,543
Bk2	0,476	0,487	0,519	0,565
Bk3	0,467	0,439	0,461	0,534
M1	0,437	0,481	0,474	0,540
M2	0,483	0,491	0,522	0,588
M3	0,517	0,498	0,525	0,595

Sumber: Data Diolah, 2023

Pengujian validitas diskriminan pada SmartPLS menggunakan hasil uji *cross loading*, dengan ketentuan indikator harus mempunyai korelasi lebih tinggi dengan variabel lainnya. Dari hasil tabel 4.5 dapat dilihat bahwa indikator konstruk mempunyai korelasi lebih tinggi dibandingkan dengan indikator lainnya, dengan kata lain semua pengujian validitas diskriminan indikator sudah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur dan menilai kekuatan dari semua jenis pernyataan dan konsistensi alat ukur. Dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* $\geq 0,7$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4. 9 Tabel Construct Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Kriteria
Kualitas Layanan	0,958	0,961	Reliabel
Kepercayaan	0,930	0,940	Reliabel
Ketepatan Waktu	0,885	0,907	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,928	0,940	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari hasil pengujian *Construct Reliability and Validity* diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan adalah reliabel, karena nilai *composite reliability* adalah sebesar $0,961 \geq 0,7$. Variabel kepercayaan adalah $0,940 \geq 0,7$. Kemudian variabel ketepatan waktu adalah sebesar $0,907 \geq 0,7$ dan variabel kepuasan pelanggan sebesar $0,940 \geq 0,7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini mempunyai tingkat reliabel yang baik.

c. Uji R-square

Koefisien determinasi (*R-Square*) merupakan cara untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Hasil nilai *R-Square* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.10 semakin tinggi *R-square* maka dikatakan menunjukkan model yang baik (Sholihin & Ratmono, 2013)

Tabel 4. 10 Tabel R-square

Konstruk	R-square	Keterangan
Kualitas Layanan		
Kepercayaan	0,753	Kuat
Kepuasan Pelanggan	0,818	Kuat

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel menunjukkan variabel laten Kepercayaan memiliki *R-Square* sebesar 0,753 yang artinya bahwa pengaruh kualitas layanan dapat memprediksi 75,3% dari Kepercayaan. Nilai *R-Square* dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,818, nilai ini juga menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan dapat memprediksi 81,8% dari kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh konstruk lain yang tidak terdapat dalam model penelitian yang digunakan.

d. Pengujian pengaruh langsung dengan SEM

Pengujian ini digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis dengan melihat pada nilai perhitungan *path coefisien* pada pengujian inner model. Hipotesis dapat dikatakan terbukti atau diterima jika *P-value* sebesar $< 0,05$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

Tabel 4. 11 Tabel Path Coefficients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>
Kualitas Layanan -> Kepercayaan	0,875	0,877	0,021	41,004	0,000
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	0,649	0,639	0,069	9,357	0,000
Ketepatan Waktu -> Kepuasan Pelanggan	0,279	0,290	0,072	3,896	0,000

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan dari hasil *path coefisien* yang terdapat pada tabel diatas menunjukkan bahwa

- 1) variabel kualitas layanan terhadap kepercayaan memiliki nilai koefisien jalur 0,875 dan *P-Value* $0,000 < 0,05$, artinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
 - 2) Variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien jalur 0,649 dan *P-Value* $0,000 < 0,05$, artinya memiliki pengaruh positif dan signifikan.
 - 3) Pada variabel ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,279 dan *P-Value* $0,000 < 0,05$, yang artinya memiliki pengaruh positif dan signifikan.
- e. Pengujian Pengaruh Mediasi Dengan SEM

Dalam analisis ini akan dilihat tingginya koefisien pengaruh baik langsung dan tidak. Pengujian melalui mediasi untuk menggali lebih dalam apakah variabel mediasi berhasil memediasi pengaruh variabel independen terhadap dependen atau tidak, dapat ditentukan menggunakan nilai *P-value* dan *Variance Accounted For* (VAF). Jika angka *P-value* kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Dan apabila nilai VAF dibawah 20% maka tidak ada efek mediasi, jika nilai VAF diantara 20% - 80% merupakan pemediasi parsial. Jika nilai VAF diatas 80% maka menunjukkan variabel sebagai pemediasi penuh Sholihin & Ratmono (2013). Terlihat pada *output Indirect Effects* dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Specific Indirect Effects

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,568	0,560	0,061	9,327	0,000
Kualitas Layanan -> Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	0,568	0,560	0,061	9,327	0,000

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel diatas dilihat dari *P-value* pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kepercayaan sebesar 0,000. Karena nilai kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui kepercayaan.

Apabila dilihat dari nilai VAF yaitu dengan rumus:

$$VAF = \frac{P_{12} \times P_{23}}{(P_{12} \times P_{23}) + P_{13}}$$

$$VAF = \frac{0,875 \times 0,649}{(0,875 \times 0,649) + 0,568}$$

$$VAF = \frac{0,568}{(0,568) + 0,568}$$

$$VAF = \frac{0,568}{1,136}$$

$$VAF = 50\%$$

Sehingga dilihat dari nilai VAF yaitu sebesar 50% maka hasilnya adalah sebagai pemediasi parsial karena nilai VAF berada diantara 20% - 80%.

4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian dari *path coefficient*. Pada penelitian ini apabila *original sampel* (koefisien jalur) bernilai positif dan nilai *P-value* < 0,05 maka hipotesis diterima, akan tetapi jika *P-value* > 0,05 maka hipotesis ditolak (Sholihin & Ratmono, 2013). Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	<i>P-Value</i>	<i>Path Coefficient</i>	Keterangan	Arah Pengaruh
1	H1 Terdapat pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan	0,000	0,875	Diterima	Positif
2	H2 Terdapat pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan	0,000	0,649	Diterima	Positif
3	H3 Kepercayaan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	0,000	0,568	Diterima	Positif
4	H4 Terdapat pengaruh langsung antara	0,000	0,279	Diterima	Positif

	ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan				
--	---	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. **Hipotesis 1** diterima karena terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,875 dan *P-Value* $0,000 < 0,05$. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
2. **Hipotesis 2** diterima karena terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,649 dan *P-Value* $0,000 < 0,05$. Sehingga semakin tinggi kepercayaan pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
3. **Hipotesis 3** diterima karena kepercayaan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J&T. Dengan ditunjukkan pada nilai koefisien jalur 0,568 yang berarti positif dan nilai *P-Value* $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan. Akan tetapi dilihat dari nilai VAF sebesar 50% maka kepercayaan ini hanya memediasi secara parsial karena berada diantara 20% - 80%.
4. **Hipotesis 4** diterima karena terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,279 dan *P-Value* $0,000 < 0,05$. Sehingga semakin tinggi ketepatan waktu yang diberikan maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini berjudul pengaruh kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi pada kualitas pelayanan (studi pada perusahaan pengiriman J&T). Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna jasa layanan J&T untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan dengan kepercayaan sebagai mediasi, kemudian pengolahan data menggunakan SmartPLS3. Dari hasil analisis yang dilakukan terdapat adanya pengaruh kualitas layanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan dengan kepercayaan sebagai mediasi. Berikut adalah pembahasannya:

1. Pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan J&T.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan hasilnya adalah menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan J&T. Hal ini terbukti dengan jelas adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0,875 dan $P\text{-value } 0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Anggraeni Sudiono Putri et al (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting untuk dimiliki bagi suatu perusahaan, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan

maka rasa percaya pelanggan akan terjamin. Apabila kualitas layanan yang diberikan baik dari segi jaminan yang diberikan dari pihak perusahaan. Baik berupa sikap empati yang diberikan kepada pelanggan dari karyawan maupun perusahaan, dari keterwujudan yang diberikan kepada pelanggan seperti petugas yang sopan dan kemudahan pelanggan mengakses informasi.

Pentingnya kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan J&T Express memiliki dampak yang baik hal ini dapat dilihat jawaban responden pada kualitas pelayanan yang diberikan J&T Express yang secara umum dirasa cukup puas, hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang tertera dalam kuesioner bahwasannya dalam menjaga tingkat kepuasan pelanggan, J&T Express memberikan daya ketanggapan seperti sigap dalam menanggapi keluhan dan memberi solusi kepada konsumen. Pada segi keandalan kualitas layanan dilihat dari jangkauan perusahaan yang pengirimannya sangat luas dan menjaga rahasia pelanggan. Sehingga dari kualitas layanan sendiri yang bagus akan meningkatkan kepercayaan seorang konsumen kepada perusahaan (Mahfudz, 2018).

2. Pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan J&T.

Mengenai pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, untuk menjawab rumusan masalah serta hipotesis yang ada mengenai kepercayaan memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan

pelanggan. Oleh sebab itu, berdasarkan hasil penelitian ini terhadap pelanggan yang pernah menggunakan minimal 1x jasa layanan J&T dapat diambil hasil dari uji olah data menggunakan SmartPls3 bahwasanya kepercayaan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,649 dan *P-value* $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.

Terkait pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Uzir et al (2021) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan dikarenakan dengan mendapatkan kepuasan pelanggan, perusahaan akan selalu tetap eksis. Jika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan maka pelanggan tersebut akan percaya dan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Oleh sebab itu perusahaan akan berusaha sangat keras untuk mendapatkan kepuasan dari para pelanggannya.

Kepercayaan muncul dari proses yang sudah terjalin lama sampai kedua belah pihak tersebut saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah tercipta di antara pelanggan dengan perusahaan, maka usaha untuk dapat membinanya akan jauh lebih mudah, hubungan perusahaan dengan pelanggan tercermin dari tingkat

kepercayaan dari para pelanggan. Kepercayaan sangat diperlukan dalam menjalin suatu hubungan antara perusahaan dan konsumen, sebab kepercayaan dapat menciptakan kepuasan terhadap suatu produk atau jasa. Dalam menjalin suatu hubungan yang baik kepercayaan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi sebuah komitmen (Anggraeni Sudiono Putri et al., 2020).

3. Kepercayaan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J&T.

Dari hasil pengolahan data didapatkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas layanan melalui kepercayaan. Berdasar uji *Indirect effect* yang didapat nilai *P-value* kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis ke-3 “Kepercayaan mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan J&T” terbukti dan dapat dinyatakan diterima. Kemudian dilihat dari nilai VAF sebesar 50% maka kepercayaan hanya mampu memediasi secara parsial karena berada diantara 20% - 80%

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Uzir et al (2021) yang mengatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Karena ketika layanan yang diberikan itu berkualitas baik maka seorang pelanggan akan percaya dengan perusahaan tersebut dan akan menggunakannya kembali sehingga seorang pelanggan akan merasa puas.

Kepercayaan dapat dibangun dengan meningkatkan kualitas layanan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan dan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, maka pelanggan akan semakin percaya dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan dibenak pelanggan. Kepercayaan sangat diperlukan dalam industri jasa kurir karena pelanggan menaruh keyakinan yang besar terhadap perusahaan bahwa perusahaan akan mengantarkan barang ke tempat tujuan dengan aman. Tanpa adanya kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan, maka perusahaan jasa kurir akan kehilangan pelanggannya dan tidak dapat bertahan di dalam persaingan bisnis (Anggraeni Sudiono Putri et al., 2020).

4. Pengaruh langsung antara ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan J&T.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan hasilnya menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dilihat pada hasil koefisien sebesar 0,279 dan $P\text{-value } 0,000 < 0,05$.

Hasil pada penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Eviani & Hidayat (2021) yang menyatakan jika ketepatan waktu pengiriman barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman merupakan salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Apabila pengiriman barang dilakukan secara tepat waktu tanpa adanya keterlambatan maka seorang pelanggan akan merasa puas. Selain itu konsumen juga merasa puas terhadap akurasi posisi paket yang selalu di update pada sistem setiap paket mendarat disebut drop point dan apabila akan dibawa ke drop point lainnya.

Ketepatan waktu pengiriman memiliki dampak positif karena, menurut data primer yang diperoleh melalui kuesioner atau dari hasil pernyataan, responden setuju bahwa penting bagi barang untuk tiba tepat waktu atau kadang-kadang bahkan lebih cepat dari yang diantisipasi. Hal ini dikarenakan pengiriman barang yang cepat akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang merupakan efek positif. Namun, situasinya berubah jika pengiriman tertunda. Hal ini dapat terjadi karena berbagai alasan, termasuk lokasi pelanggan yang membeli produk, bencana alam, cuaca buruk, kecelakaan, dan sebagainya. Namun, J&T Express tetap mengutamakan kebutuhan pelanggan, karena selain menyediakan layanan berkualitas tinggi, J&T Express juga bercita-cita untuk menjadi layanan transportasi paket cepat pertama di Indonesia (Attamimi et al., 2020).

Dari pembahasan diatas, hasil penelitian ini sejalan dengan teori EDT (*Expectation disconfirmation theory*) merupakan teori yang dominan dalam studi perilaku konsumen terhadap kepuasan konsumen. EDT memandang penilaian kepuasan ditentukan tidak hanya dengan kinerja produk atau jasa

saja tetapi sebuah proses di mana konsumen membandingkan kinerja dengan ekspektasi mereka sebelumnya.

Kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Dua pengaruh utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu harapan (*expectations*) dan persepsi kinerja (*perceived performance*) jika persepsi kinerja melebihi harapan maka *confirmation*. Sebaliknya jika persepsi kinerja dibawah harapan maka yang terjadi adalah diskonfirmasi. Konsep EDT pada dasarnya menekankan bahwa konfirmasi terjadi apabila barang atau jasa yang diterima cocok dengan standar, sedangkan diskonfirmasi terjadi apabila kinerja yang diterima tidak sesuai dengan standar konfirmasi menghasilkan ketidakpuasan.