

Table Of Content

Journal Cover 2

Author[s] Statement 3

Editorial Team 4

Article information 5

 Check this article update (crossmark) 5

 Check this article impact 5

 Cite this article 5

Title page 6

 Article Title 6

 Author information 6

 Abstract 6

Article content 7

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

**PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO**

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

The Effect of Service Quality, Brand Image, and Trust on Consumer Satisfaction on Delivery Services in Sidoarjo Regency

Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengiriman di Kabupaten Sidoarjo

Lina Permatasari, linapermata0406@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Lilik Indayani, lilikindayani@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality, brand image, and trust on consumer satisfaction at the J&T Express delivery service in Sidoarjo. In this study was conducted with quantitative methods. sampling using probability sampling technique with simple random sampling methods, with the number of samples used in this study as many as 100 respondents from consumers J&T Express Sidoarjo. in this study used a questionnaire for data collection techniques. the data analysis techniques used is multiple linier regression with the SPSS 22 (Statistical Package for the Social Sciences). The results in this study based on the t-test showed that service quality partially affected consumer satisfaction, brand image partially affected consumer satisfaction, and trust partially affected consumer satisfaction at the J&T Express delivery service in Sidoarjo. based on the f test, it shows that service quality, brand image, and trust simultaneously affect customer satisfaction at the J&T Express delivery service in Sidoarjo

Published date: 2022-11-14 00:00:00

Pendahuluan

Persaingan bisnis pada jasa pengiriman kala ini menghadapi persaingan yang benar - benar ketat antar perusahaan, memasuki era globalisasi masa ini, kebutuhan seseorang semakin bertambah, kebutuhan seseorang berkembang seiring dengan pola hidup saat ini dan hampir semua pelaku bisnis memanfaatkan internet sebagai strategi pemasaran produk atau jasanya. Dengan kemajuan teknologi ini di inginkan untuk mendukung setiap aktivitas akan seluruh masyarakat. Jasa pengiriman masa kini sangat diperlukan oleh para konsumen ataupun pebisnis, karena banyaknya bisnis online yang menggunakan dunia maya sebagai sarana promosi, transaksi dan jual beli. Peluang tersebut dimanfaatkan untuk menggunakan jasa pengiriman untuk mengantarkan barang kepada konsumen, sehingga kendala jarak dan waktu tidak menjadi masalah bagi menghambat bisnis. Pesaing pada brand produk jasa ekspedisi yang relatif banyak. Bisa diperhatikan dari JNE, Pos, Tiki dan DLH mempunyai citra merek yang lebih populer dan lebih dulu dikenal masyarakat serta mempunyai penilaian positif, sebagai akibatnya pemakai memberikan keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang tersebut, sementara J&T Express adalah jasa pengiriman barang terbaru yang terbentuk pada tahun 2015, meskipun merupakan pemain baru dibidang jasa pengiriman, perusahaan J&T Express mencatatkan pertumbuhan bisnis yang positif. Dan sejak tahun 2018 J&T Express telah sukses meraih Top Brand Award yang menunjukkan bahwa J&T Express mendapatkan peningkatan yang baik[1]. .

Metode Penelitian

A. Definisi Operasional

1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan yang mencerminkan perbandingan taraf layanan yang diberikan perusahaan dengan harapan konsumen[2].

2. Citra Merek

Sekumpulan gabungan merek yang tercipta dan melekat dihati konsumen[3].

3. Kepercayaan

Semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya[4].

4. Kepuasan Konsumen

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul sebab membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka[5].

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi : Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah memakai jasa J&T Express di Sidoarjo
2. Sampel : Metode pengumpulan sampel menggunakan *probability sampling*. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dan menggunakan 100 responden sebagai sampel.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data : jenis data yang digunakan yakni data kuantitatif. Kuantitatif merupakan analisa berupa angka-angka yang mana analisisnya menggunakan statistik[6].
2. Sumber data : penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner dan menggunakan data sekunder dari website dan jurnal.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penggunaan pendekatan ini dengan memasukan hasil responden ke dalam aplikasi spss. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Responden menjawab beberapa pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti untuk dilakukan pengujian. Kuesioner yang didarkan kepada responden berisi pertanyaan-pertanyaan maupun seperangkat pernyataan. Koesioner diberikan kepada sejumlah responden secara langsung atau tidak langsung[7]. Jawaban yang diperoleh dari responden akan diukur dengan menggunakan skala pengukuran skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial .

E. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas merupakan salah satu pengujian data untuk mengetahui apakah data yang digunakan dapat dikatakan valid atau tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung validitas menggunakan *Correlation Pearson*[7]. Yaitu dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, dengan membandingkan nilai koefisien korelasi ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$. Sedangkan untuk mengukur reliabel dapat diukur dengan membandingkan *Alpha Cronbach* atau alpha hitung dengan alpha tabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan menggunakan aplikasi *software SPSS*. Didalam penelitian ini terdapat pengujian uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas secara grafik dapat dilakukan apabila *part residual* menunjukkan sebaran titik-titik yang mendekati garis diagonal.

b) Uji Linieritas

Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan *Defiation From Linearity* dengan tingkat signifikan $> 0,05$.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*.

d) Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat *scatterplot*. Jika di dalam *scatterplot* titik-titik menyebar secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

e) Uji Multikolinieritas

Agar dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi adalah sebagai berikut:

1. Jika angka tolerance diatas ($>$) 0,10
2. Jika nilai VIF dibawah ($<$) 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang tertuang dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

G. Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam pengujian hipotesis. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan uji t (Parsial) , uji F (Simultan) dan uji koefisien determinasi.

1. Uji t (Parsial)

Pengujian secara parsial dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya.

2. Uji F (Simultan)

Untuk pengujian hipotesis secara simultan dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan

F_{tabel} . Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} , maka hipotesis dapat ditolak, ini berarti bahwa secara simultan atau secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (0-1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas[8].

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0,697	0,1966	Valid
	X1.2	0,756	0,1966	Valid
	X1.3	0,464	0,1966	Valid
	X1.4	0,599	0,1966	Valid
	X1.5	0,705	0,1966	Valid
Citra Merek	X2.1	0,784	0,1966	Valid
	X2.2	0,777	0,1966	Valid
	X2.3	0,709	0,1966	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,784	0,1966	Valid
	X3.2	0,654	0,1966	Valid
	X3.3	0,690	0,1966	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,739	0,1966	Valid
	Y1.2	0,771	0,1966	Valid
	Y1.3	0,801	0,1966	Valid
	Y1.4	0,840	0,1966	Valid

Table 1. Uji Validitas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui bahwa semua pertanyaan pada indikator variabel kualitas layanan (X_1), citra merek (X_2), kepercayaan (X_3), dan kepuasan konsumen (Y) menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan demikian pernyataan kuesioner yang mengukur variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

2. Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan	Keterangan
X1	0,758	5	Reliabel
X2	0,806	3	Reliabel
X3	0,780	3	Reliabel
Y	0,811	4	Reliabel

Table 2. Uji Reliabilitas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 2 diatas, diketahui bahwa variabel kualitas layanan sebesar 0,758, citra merek sebesar 0,806, kepercayaan sebesar 0,780, dan kepuasan konsumen sebesar 0,811 memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60 . Sehingga kuesioner yang mengukur variabel penelitian dapat dikatakan reliabel.

Uji Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: TotalY1

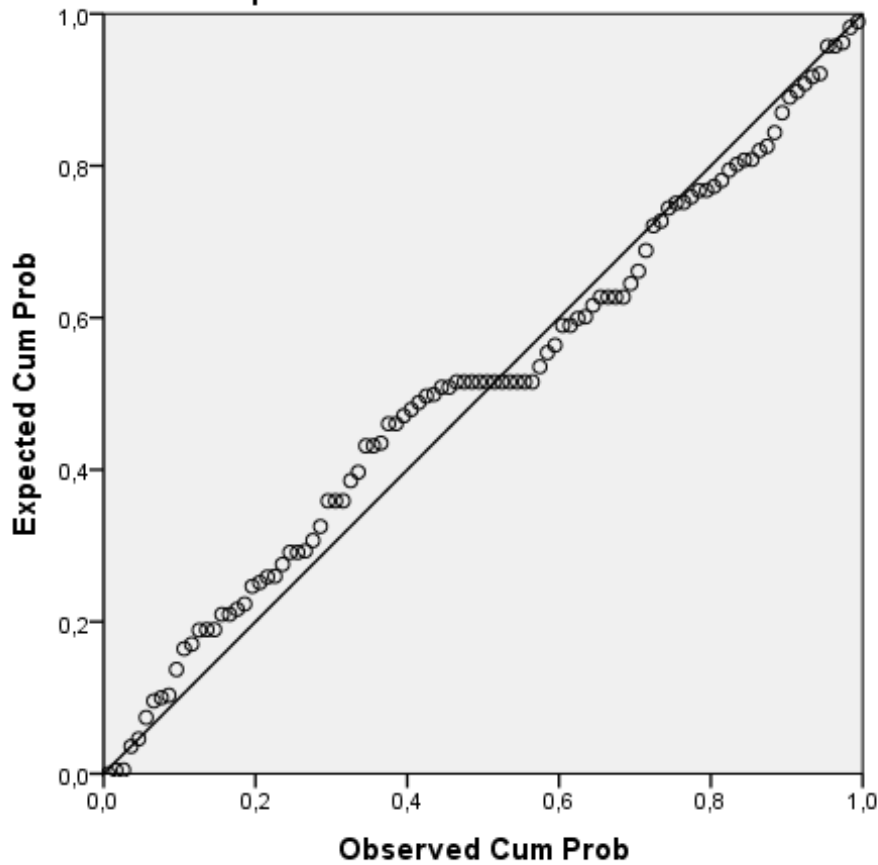


Figure 1. Uji Normalitas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan gambar 3 diatas hasil uji normalitas pada penelitian menunjukkan bahwa grafik normal probability plot memberikan pola distribusi normal dikarenakan terlihat titik-titik menyebar mendekati garis diagonal. Sehingga model regresi layak untuk dipakai dalam penelitian ini.

b) Uji Linieritas

Variabel	Sig.defiation from linearity	Keterangan
Kualitas Layanan	0,896	Linier
Citra Merek	0,121	Linier
Kepercayaan	0,934	Linier

Table 3. Uji Linieritas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 3 diatas, hasil uji linieritas pada Variabel X1 diperoleh nilai sig.defiation from linearity sebesar 0.0896. Nilai tersebut lebih dari tingkat signifkansinya sebesar 0.05. Variabel X2 diperoleh nilai sig.defiation from linearity sebesar 0.0896. Nilai tersebut lebih dari tingkat signifkansinya sebesar 0.05. Variabel X3 diperoleh nilai sig.defiation from linearity sebesar 0.0896. Nilai tersebut lebih dari tingkat signifkansinya sebesar 0.05. apabila angka signifikansi pada linearity 0.05, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

c) Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,702a	,493	,477		1,459	2,090

Table 4. Uji Autokorelasi Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dinyatakan bahwa nilai Durbin - Watson 1.917 maka tidak terjadi autokorelasi.

d) Uji Heteroskedastisitas

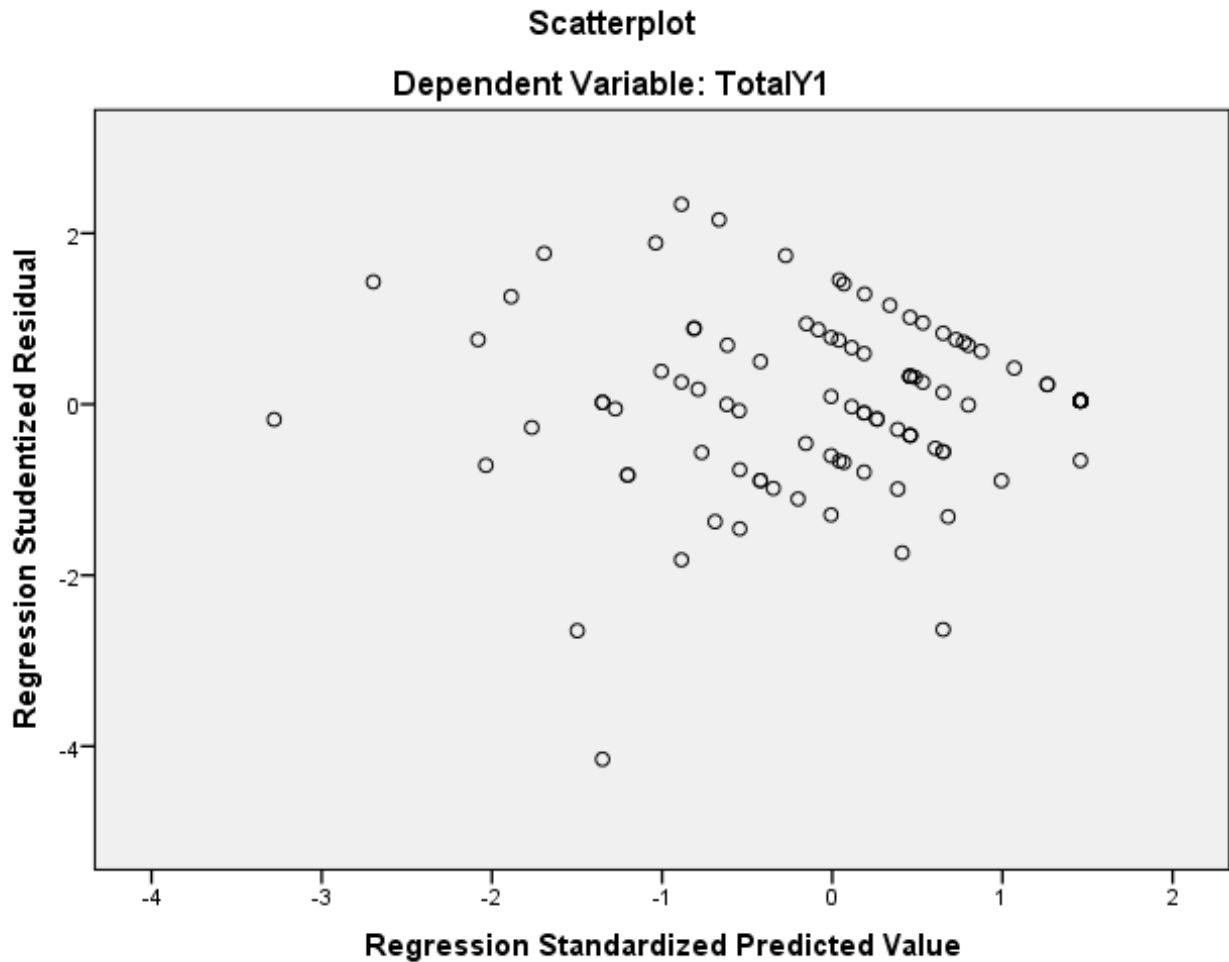


Figure 2. Scatterplot

Berdasarkan hasil dari scatterplot pada gambar 2 , diketahui bahwa plot residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Dengan demikian disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

e) Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan	,474	2,112
Citra Merek	,583	1,714
Kepercayaan	,592	1,690

Table 5. Uji Multikolinieritas Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance value lebih tinggi dari pada 0,10 atau VIF lebih kecil dari pada 10 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

--	--	--

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients
	B	Std.Error	Beta
1 (Constant)	,072	1,873	
Kualitas Layanan	,275	,114	,254
Citra Merek	,383	,145	,250
Kepercayaan	,485	,143	,321

Table 6. Analisis Regresi Linier Berganda Data diolah menggunakan SPSS

Pada tabel 6 diatas , berdasarkan persamaan regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 0.072 + 0.275 X_1 + 0.383 X_2 + 0.485 X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Untuk pengujian hipotesis secara parsial dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	,072	1,873		,038	,970
Kualitas Layanan	,275	,114	,254	2,406	,018
Citra Merek	,382	,145	,250	2,630	,010
Kepercayaan	,485	,143	,321	3,394	,001

Table 7. Hasil Uji t (Parsial) Data diolah menggunakan SPSS

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan *degree of freedom* sebesar $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($100 - 3 - 1 = 96$) sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660 maka dapat disimpulkan :

a) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Pada variabel kualitas layanan, nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah 2,406 lebih besar dari t_{tabel} 1,660 maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b) Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen

Pada variabel citra merek, nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah 2.630 lebih besar dari t_{tabel} 1,660 maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

c) Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

Pada variabel kepercayaan, nilai t_{hitung} yang dihasilkan adalah 3,394 lebih besar t_{tabel} 1,660 maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Uji F (Simultan)

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	198,288	3	66,096	31,083	,000b
Residual	204,272	96	2,128		
Total	402,580	99			

Table 8. Hasil Uji F (Simultan) Data diolah menggunakan SPSS

Pada tabel 8 diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 31,083. Berdasarkan tabel F dengan taraf signifikan 5% diketahui F_{tabel} dengan $df_1 = k - 1 = 3 - 1$ dan $df_2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$, maka $F_{tabel} (df_1)(df_2) = 2,70$ Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh F

hitung = 31,083 dan $F_{tabel} 2,70$, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas layanan, citra merek, kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702a	,493	,477	2,090

Table 9. Korelasi Determinasi (R^2) Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai dari koefisien determinan (R^2) pada hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0.493 atau 49,3% sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan dapat menjelaskan tentang variabel kepuasan konsumen. Sedangkan 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan

Hasil dari penelitian yang ada di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS.

1. Kualitas layanan (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan pada hipotesis pertama bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo. Kualitas layanan berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, apabila kualitas layanan yang diberikan perusahaan baik maka akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hasil korelasi yang mempengaruhi kualitas layanan dengan nilai yang paling dominan yaitu indikator daya tanggap, yang berarti J&T Express Sidoarjo menanggapi secara cepat atas keluhan konsumen, J&T Express Sidoarjo memberikan layanan dengan tepat waktu. Apabila konsumen mengalami masalah dalam pengiriman, maka konsumen dapat langsung menghubungi call center J&T Express 24 jam di nomor telepon yang tersedia. Sedangkan nilai korelasi terendah adalah indikator jaminan, hal ini disebabkan karena J&T Express Sidoarjo kurang menjanjikan atas ketepatan waktu sampainya barang. Hasil penelitian ini didukung oleh Nuri Anjar Sari dan Susi Indriyani (2020) yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen[9]. Penelitian lain yang dilakukan Yayan Sudaryana (2020) juga membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen[10].

2. Citra merek (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan pada hipotesis kedua bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo. Kepuasan konsumen akan semakin meningkat apabila citra merek yang baik. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hasil korelasi yang mempengaruhi citra merek dengan nilai yang paling dominan yaitu indikator kekuatan, yang berarti adanya fasilitas penunjang yaitu pick up (layanan jemput paket gratis ditempat) memudahkan semua orang untuk pengiriman paket, dengan adanya layanan tersebut secara tidak langsung konsumen akan lebih memilih mengirimkan barang melalui J&T Express. Sedangkan nilai korelasi terendah adalah indikator favourable, hal ini disebabkan karena J&T Express adalah salah satu jasa pengiriman terbaru dari pada JNE, Pos, Tiki dan DLH yang mempunyai citra merek terpopuler dan lebih dulu dikenal konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh Feby Tombokan dkk (2015) yang membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen[11]. Penelitian lain yang dilakukan Conny Sondakh (2014) juga membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan nasabah[12].

3. Kepercayaan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan pada hipotesis ketiga bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo. Apabila kepercayaan semakin meningkat maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hasil korelasi yang mempengaruhi kepercayaan dengan nilai yang paling dominan yaitu indikator kesungguhan. J&T Express bisa memberikan penginformasian sebelum dan sesudah paket dikirim yang memudahkan konsumen untuk mengetahui paketnya, tidak harus menanyakan langsung ke kantor J&T Express. Konsumen juga bisa melakukan tracking atau pelacakan barang dengan cara online lewat website ataupun aplikasi J&T Express. Konsumen juga mengetahui lokasi secara akurat. Sedangkan nilai korelasi terendah adalah indikator integritas, hal ini disebabkan karena J&T Express kurang terbuka dalam menjual jasanya. Hasil penelitian ini didukung oleh Farah Diza (2016) yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.[13].

4. Kualitas layanan (X_1), citra merek (X_2), dan kepercayaan (X_3) berpengaruh secara bersama - sama terhadap kepuasan konsumen (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan pada hipotesis keempat bahwa kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang cukup memuaskan bagi konsumen, begitupun juga akan menjadi salah satu tujuan konsumen untuk memakai jasa J&T Express di Sidoarjo. Citra merek yang cukup baik dikalangan masyarakat Sidoarjo. Dan masyarakat Sidoarjo yang telah mempercayai jasa pengiriman J&T Express Sidoarjo. Hasil penelitian ini di dukung oleh Yayan Hendayana dan Andriyana Mei Evita Sari (2021) yang membuktikan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen[14]. Penelitian ini yang dilakukan Feby Tombakan dkk (2015) yang membuktikan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo karena kualitas layanan dapat dinilai ketika konsumen sudah memakai jasa tersebut. Kualitas layanan berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, apabila kualitas layanan baik maka akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo dimana citra merek itu baik, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo karena semakin konsumen mempercayai J&T Express, maka semakin puas konsumen untuk memakai jasa tersebut. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express di Sidoarjo.

References

1. Puji Isyanto, K. W. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express pada masa Pandemi COVID-19." *Riset & Jurnal Akuntansi* :2101-2111.
2. Tjipto, Fandy & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
3. Rangkuti, Freddy. (2000). *Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
4. Wulandari, Siti. (2017). "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*:1-12
5. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. edited by W. H. Adi Maulana. Jakarta: Erlangga.
6. Prof. Dr. Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
7. Prof. Dr. Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
8. Rahmawanty, P. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82-89.
9. Sari, Nuri Anjar and Indriyani Susi. (2020). "Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung." *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)* 1 (1):81-92.
10. Sudaryana, Yayan. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang." *Journal of Management Review* 4(1):447-55.
11. Tombakan, F., Lotje Kawet, and Yantje Uhing. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado." *Citra... 552 Jurnal EMBA* 3(3):552-61.
12. Sondakh, Conny, Manajemen Fakultas, Ekonomi Dan, Bisnis Universitas, and Sam Ratulangi. (2014). "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 3(2):19-32.
13. Diza, Farah and Silcyljeovo Moniharapon. (2016). "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado)." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4 (1):109-119.
14. Hendayana, Yayan and Andriyana Mei Evita Sari (2021). "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna JNE Express Pondok Gede." *Mediastima* 27 (2):153-169.