

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

A. Deskripsi Obyek Penelitian

Berdiri pada tahun 1990, PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan/impor kiriman barang/dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Titipan kilat yang dikenal sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman domestik terkemuka di Indonesia mengubah divisi internasionalnya menjadi Perseroan Terbatas (PT) yang dikelola oleh tim profesional. Perusahaan ini dimulai di Jakarta dengan hanya 8 karyawan dan memusatkan diri pada penanganan kegiatan inklaring import kiriman barang dokumen dari luar negeri berikut pengantarannya di wilayah Jakarta. Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasionalnya dengan bergabung bersama perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (seperti Eropa, Amerika, Australia, Timur Tengah, dan Negara-negara lainnya) yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia.

Saat ini, JNE yang didukung oleh lebih dari 1000 karyawan dan tidak kurang dari 500 gerai yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman cepat, penanganan kepabeanan serta distribusi di Indonesia. Lewat situs yang efektif dan efisien, JNE juga memberi kemudahan akses atas informasi seputar layanan JNE. Keandalan JNE juga telah dibuktikan dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2000 atas jasa layanan yang telah Diberikan.

PT. TIKI JNE cabang Malang merupakan salah satu cabang dari PT. TIKI JNE Jakarta yang dibuka pada tanggal 1 Desember 1990 dan berlokasi di Jl. Hamid Rusdi 125 Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kabupaten Malang. PT. TIKI JNE cabang Malang siap

melayani segenap lapisan masyarakat kota Malang baik perusahaan, perkantoran hingga perindustrian lewat sebuah jaringan pengiriman Express dan bisa diakses melalui internet secara online.

B. Visi dan Misi JNE

Visi :

Menjadi Perusahaan Logistik Utama Kelas Dunia

Misi :

Memberi Pengalaman Terbaik kepada Pelanggan Secara Konsisten

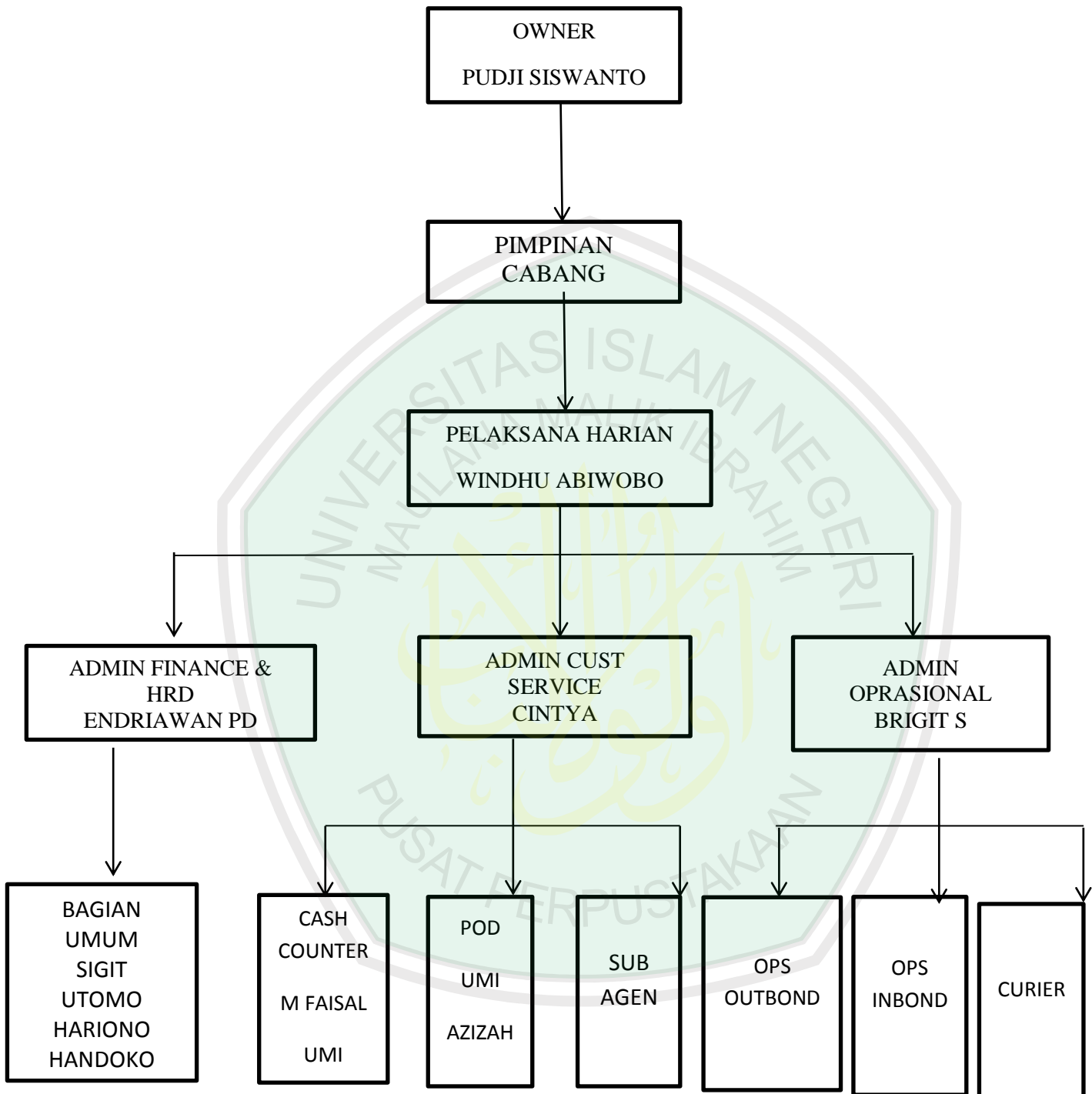
C. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha Dari Perusahaan

4.1.3.1 Jam Operasional

- 14 jam 7 hari dalam seminggu.
- Jam pengiriman barang : jam 07.00-13.30 WIB dalam 6 hari.
- Normal Cargo : Senin-Sabtu, jam 07.00-21.00 WIB.
- Hari Minggu : jam 07.00-17.00 WIB.

Standar kerja yang ditentukan perusahaan dalam pelaksanaan tugas-tugasnya adalah 8 jam sehari dalam 6 hari seminggu. Untuk hari Minggu diadakan piket.

4.1.2 Gambar Struktur Organisasi



4.1.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada sebagian konsumen JNE yang berjumlah 100 responden, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan usia

responden dan jenis kelamin responden. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut :

A .Usia Responden

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden (Senioritas)	Persentase (%)
1	20 tahun - 30 tahun.	47	47
2	30 tahun - 40 tahun.	23	23
3	40 tahun - 50 tahun.	17	17
4	> 50 tahun.	13	13
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia lebih dari 20 tahun sampai 30 tahun sebanyak 47 senioritas atau 47%, berusia lebih dari 30 tahun sampai 40 tahun sebanyak 23 senioritas atau 23%, berusia lebih dari 40 tahun sampai 50 tahun sebanyak 17 senioritas atau 17%, berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 13 senioritas atau 13%. Berdasarkan data tersebut, maka usia responden yang paling banyak adalah lebih dari 20 tahun sampai 30 tahun. Dalam hal ini, dapat di asumsikan bahwa pada rentang usia tersebut merupakan usia instruktur diklatif bekerja.

B. Jenis Kelamin Responden

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Senioritas)	Persentase (%)
1	Laki – laki	47	47
2	Perempuan	53	53
	Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 47 responden atau 47%, sedangkan perempuan sebanyak 53 responden atau 53%. Berdasarkan data tersebut, maka responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 53 orang atau 53%.

2. Frekuensi Jawaban Responden

Deskripsi distribusi item ini digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban responden terhadap item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesner. Jawaban-jawaban tersebut selengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

a. Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik (X_1)

Pada variabel bukti fisik terdapat empat item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Bukti Fisik (X₁)

Item	1		2		3		4		5		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X1.1	0	0	7	7	8	8	53	53	32	32	100	100	1.90
X1.2	0	0	9	9	12	12	56	56	23	23	100	100	2.07
X1.3	0	0	7	7	16	16	57	57	20	20	100	100	2.10
X1.4	1	1	13	13	24	24	38	38	24	24	100	100	2.29
												2.09	

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertama yaitu Bentuk fisik ruang tunggu terdapat 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden atau 7%, yang menjawab netral sebanyak 8 responden atau 8%, yang menyatakan setuju sebanyak 53 responden atau 53%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 responden atau 32%.

Untuk indikator kedua yaitu Kelengkapan fasilitas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau 9%, yang menyatakan netral sebanyak 12 responden atau 12%, yang menyatakan setuju sebanyak 56 responden atau 56%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 responden atau 23%.

Untuk indikator ketiga yaitu Kebersihan ruang tunggu dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan setuju sebanyak 7 responden atau 7%, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 57 responden atau 57%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau 20,0%.

Untuk indikator keempat yaitu Penampilan petugas rapi dan profesional dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau

1%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden atau 13%, yang menyatakan netral sebanyak 24 responden atau 24%, yang menyatakan setuju sebanyak 38 responden atau 38%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden atau 24%.

b. Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan (X_2)

Pada variabel keandalan terdapat tiga item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan (X_2)

Item	1		2		3		4		5		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X2.1	0	0	9	9	5	5	45	45	41	41	100	100	1.82
X2.2	0	0	6	6	12	12	24	24	58	58	100	100	1.66
X2.3	0	0	6	6	10	10	33	33	51	51	100	100	1.71
													1.73

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertama yaitu Informasi tentang biaya pengiriman terdapat 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, yang menyatakan tidak tsetuju sebanyak 9 responden atau 9%, yang menjawab netral sebanyak 5 responden atau 5%, yang menyatakan setuju sebanyak 45 responden atau 45%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 responden atau 41%.

Untuk indikator kedua yaitu Informasi proses pengiriman secara jelas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan setuju sebanyak 6 responden atau 6%, yang menyatakan netral sebanyak 12 responden atau 12%, yang menyatakan setuju sebanyak 24 responden atau 24%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 58 responden atau 58%.

Untuk indikator ketiga yaitu Ketepatan waktu harus sesuai dengan yang dijanjikan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 6%, yang menyatakan netral sebanyak 10 responden atau 10%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 responden atau 33%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 responden atau 51%.

c. Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tanggap (X₃)

Pada variabel daya tanggap terdapat tiga item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel daya tanggap (X₃)

Item	1		2		3		4		5		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X3.1	0	0	14	14	9	9	52	52	25	25	100	100	2.12
X3.2	0	0	13	13	16	16	44	44	27	27	100	100	2.15
X3.3	0	0	10	10	16	16	56	56	18	18	100	100	2.18
												2.15	

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertama yaitu tepat dalam menjelaskan tata cara pengiriman barang/paket terdapat 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 responden atau 14%, yang menjawab netral sebanyak 9 responden atau 9%, yang menyatakan setuju sebanyak 52 responden atau 52%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden atau 25%.

Untuk indikator kedua yaitu kesiapan customer service dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13

responden atau 13%, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 44 responden atau 44%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 responden atau 27%.

Untuk indikator ketiga yaitu keluhan yang diterima konsumen dianggapi dengan baik dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 responden atau 10%, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 56 responden atau 56%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 18%.

d. Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan (X₄)

Pada variabel jaminan terdapat tiga item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan(X₄)

Item	1		2		3		4		5		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X4.1	0	0	8	8	9	9	47	47	36	36	100	100	1.89
X4.2	0	0	6	6	9	9	50	50	35	35	100	100	1.86
X4.3	0	0	9	9	16	16	44	44	31	31	100	100	2.03
												1.93	

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertama yaitu Keramahan dalam melayani pelanggan terdapat 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden atau 8%, yang menjawab netral sebanyak 9 responden atau 9%, yang menyatakan setuju sebanyak 47 responden atau 47%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 responden atau 36%.

Untuk indikator kedua yaitu Pengetahuan yang luas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 6%, yang menyatakan netral sebanyak 9 responden atau 9%, yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau 50%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 responden atau 35%.

Untuk indikator ketiga yaitu Jaminan keamanan dalam pengiriman dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan setuju sebanyak 9 responden atau 9%, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 44 responden atau 44%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 responden atau 31%.

e. Distribusi Frekuensi Variabel Empati (X₅)

Pada variabel empati terdapat tiga item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Empati (X₅)

Item	1		2		3		4		5		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X5.1	0	0	13	13	14	14	35	35	38	38	100	100	2.02
X5.2	0	0	8	8	25	25	43	43	24	24	100	100	2.17
X5.3	0	0	18	18	17	17	51	51	14	14	100	100	2.39
												2.19	

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertama yaitu Tersedia layanan 24 jam terdapat 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 responden atau 13%, yang menjawab netral

sebanyak 14 responden atau 14%, yang menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau 35%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 responden atau 38%.

Untuk indikator kedua yaitu Mampu berkomunikasi dengan baik dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden atau 8%, yang menyatakan netral sebanyak 25 responden atau 25%, yang menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau 35%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 responden atau 38%.

Untuk indikator ketiga yaitu Mampu mengetahui keinginan pelanggan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 18 responden atau 18%, yang menyatakan netral sebanyak 17 responden atau 17%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden atau 51%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden atau 14%.

f. Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat kepuasan pelanggan (Y)

Pada variabel tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat kepuasan pelanggan (Y)

Item	1		2		3		4		5		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Y1	0	0	9	9	10	10	51	51	30	30	100	100	1.98
Y2	0	0	12	12	8	8	56	56	24	24	100	100	2.08
Y3	0	0	9	9	13	13	58	58	20	20	100	100	2.11
Y4	0	0	12	12	16	16	55	55	17	17	100	100	2.23
Y5	0	0	10	10	20	20	50	50	20	20	100	100	2.20
												2.12	

Sumber : data primer diolah

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk item pertama yaitu perasaan puas dengan tampilan bukti fisik JNE terdapat 0 responden atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 9 responden atau 9%, yang menjawab netral sebanyak 10 responden atau 10%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden atau 51%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 responden atau 30,0%.

Untuk indikator kedua yaitu perasaan puas dengan kehandalan yang diberikan oleh karyawan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau 12%, yang menyatakan netral sebanyak 8 responden atau 8%, yang menyatakan setuju sebanyak 56 responden atau 56%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden atau 24,0%.

Untuk indikator ketiga yaitu perasaan puas dengan daya tanggap pelanggan pada saat pelayanan diberikan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau 9%, yang menyatakan netral sebanyak 13 responden atau 13%, yang menyatakan setuju sebanyak 58 responden atau 58%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau 20,0%.

Untuk indikator keempat yaitu puas dengan jaminan JNE dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau 12%, yang menyatakan netral sebanyak 16 responden atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 55 responden atau 55%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 17 responden atau 17%.

Untuk indikator kelima yaitu puas dengan kepedulian JNE dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 responden atau 10%, yang menyatakan netral sebanyak

20 responden atau 20%, yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau 50%, dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau 20%.

4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen penelitian menggunakan apa yang ingin diukur yang digunakan adalah perorangan dengan level signifikan 5%.

Suatu instrumen mempunyai validitas yang tinggi jika nilai r di atas 0,3(Tika,2006;65)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	No. item	R	Probabilitas	Keterangan
1	Bukti Fisik (X1)	X _{1,1}	0,745	0,000	Valid
		X _{1,2}	0,749	0,000	Valid
		X _{1,3}	0,96	0,000	Valid
		X _{1,4}	0,760	0,000	Valid
2	Kehandalan (X2)	X _{2,1}	0,812	0,000	Valid
		X _{2,2}	0,897	0,000	Valid
		X _{2,3}	0,819	0,000	Valid
3	Daya Tanggap (X3)	X _{3,1}	0,770	0,000	Valid
		X _{3,2}	0,864	0,000	Valid
		X _{3,3}	0,766	0,000	Valid
4	Jaminan (X4)	X _{4,1}	0,745	0,000	Valid
		X _{4,2}	0,757	0,000	Valid
		X _{4,3}	806	0,000	Valid
5	Empati (Y)	Y _{1,1}	0,810	0,000	Valid
		Y _{1,2}	0,757	0,000	Valid
		Y _{1,3}	0,789	0,000	Valid
6	Kepuasan	Y _{1,1}	630	0,000	Valid

Konsumen (Y)	Y _{1.2}	593	0,000	Valid
	Y _{1.3}	734	0,000	Valid
	Y _{1.4}	717	0,000	Valid
	Y _{1.5}	703	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah (lihat lampiran 4)

Dari pengujian validitas instrument penelitian (kuesioner) dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai r lebih dari 0,3 sehingga keseluruhan instrument penelitian tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto,2002:154).

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Bukti Fisik (X1)	0,754	Reliabel
2	Keandalan (X2)	0,797	Reliabel
3	Daya Tanggap (X3)	0,720	Reliabel
4	Jaminan (X4)	0,655	Reliabel
5	Empati (Y)	0,701	Reliabel
6	Kepuasan Konsumen	0,700	Reliabel

Sumber: Data Diolah (lihat lampiran 4)

Hasil uji realibilitas yang ditampilkan dalam tabel diatas dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha >0,60 (santosa,2005;251).

4.1.3. Asumsi-Asumsi Klasik Regresi

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : residual tersebar normal

H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai **sig.** (*p-value*) > maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06285136
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.054
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.636
Asymp. Sig. (2-tailed)		.813

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil perhitungan didapat nilai **sig.** sebesar 0.813 (dapat dilihat pada Tabel 4.9) atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini untuk mengetahui korelasi antara sisaan yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam deret waktu) atau ruang (seperti dalam data *cross section*). Dalam konteks regresi, model regresi linier klasik mengasumsikan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam sisaan (ϵ_i). Hal ini memperlihatkan bahwa model klasik mengasumsikan bahwa unsur sisaan yang berhubungan dengan pengamatan tidak dipengaruhi oleh sisaan yang berhubungan dengan pengamatan lain yang mana pun

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Hipotesis yang melandasi pengujian adalah:

$H_0 : \rho = 0$ (tidak terdapat autokorelasi di antara sisaan)

$H_1 : \rho \neq 0$ (terdapat autokorelasi di antara sisaan)

Statistik Durbin-Watson yang dirumuskan oleh statistik d, yaitu:

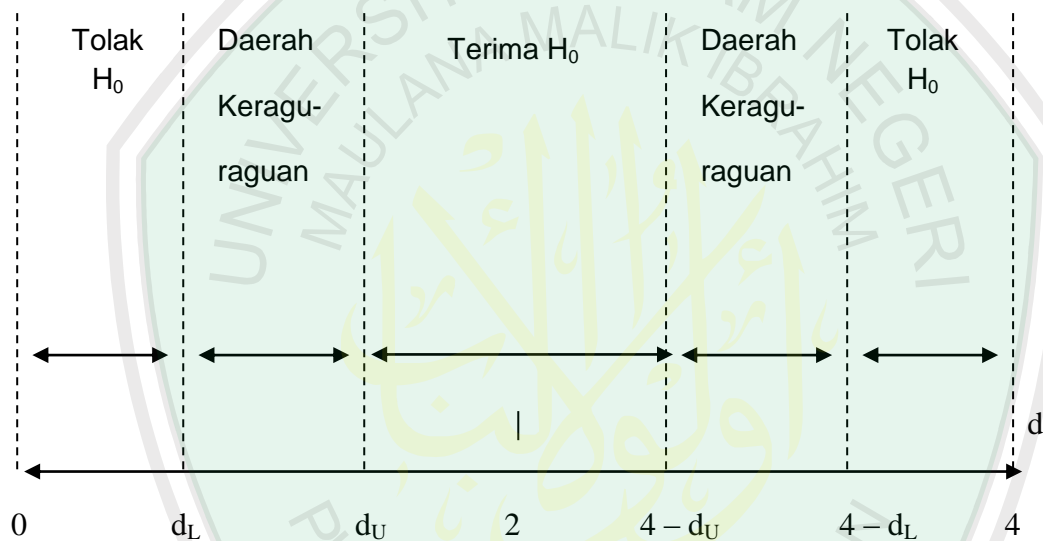
$$d = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e^2}$$

Banyak pengamatan pada pembilang statistik d adalah $n - 1$ karena satu pengamatan hilang dalam mendapatkan perbedaan yang berurutan.

Prosedur uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan Metode Kuadrat Terkecil (MKT) biasa, hitung koefisien regresi, kemudian tentukan e_i .
2. Dengan menggunakan rumus diatas hitung statistik d
3. Berdasarkan banyaknya pengamatan dan peubah penjelas tentukan nilai-nilai kritis d_L dan d_U .
4. Terapkan kaidah keputusan:

- Jika $d < d_L$ atau $d > (4 - d_L)$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi terhadap sisaan.
- Jika $d_U < d < (4 - d_U)$, maka H_0 diterima, berarti tidak terdapat autokorelasi antar sisaan.
- Namun jika $d_L < d < d_U$ atau $(4 - d_U) < d < (4 - d_L)$, maka uji Durbin-Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (inconclusive). Untuk nilai-nilai ini, tidak dapat (pada suatu tingkat signifikansi tertentu) disimpulkan ada tidaknya autokorelasi di antara faktor-faktor gangguan.



Keterangan:

d_U = Durbin-Watson Upper (batas atas dari tabel Durbin-Watson)

d_L = Durbin-Watson Lower (batas bawah dari tabel Durbin-Watson)

Dari tabel Durbin-Watson untuk $n = 100$ dan $k = 5$ (adalah banyaknya variabel bebas) diketahui nilai d_U sebesar 1.780 dan $4 - d_U$ sebesar 2.220. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.10

Tabel 4.10 : Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.861

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 4.10 diketahui nilai uji Durbin Watson sebesar 1,861 yang terletak antara 1.780 dan 2.220, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak terdapat autokorelasi telah terpenuhi

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	X1	.745	1.342
	X2	.771	1.297
	X3	.825	1.213
	X4	.892	1.122
	X5	.855	1.170

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.11, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- Tolerance untuk Bukti fisik adalah 0.745

- Tolerance untuk keandalan adalah 0,771
- Tolerance untuk Daya tanggap adalah 0,825
- Tolerance untuk jaminan adalah 0,892
- Tolerance untuk empati adalah 0,855

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

- VIF untuk Bukti fisik adalah 1,342
- VIF untuk Keandalan adalah 1,297
- VIF untuk Daya tanggap adalah 1,213
- VIF untuk jaminan adalah 1,122
- VIF untuk empati adalah 1,170

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji Park. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

H_0 : ragam sisaan homogen

H_1 : ragam sisaan tidak homogen

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.22

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			AbsRes
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	-.084
		Sig. (2-tailed)	.406
		N	100
	X2	Correlation Coefficient	-.109
		Sig. (2-tailed)	.281
		N	100
	X3	Correlation Coefficient	.051
		Sig. (2-tailed)	.612
		N	100
	X4	Correlation Coefficient	-.025
		Sig. (2-tailed)	.801
		N	100
	X5	Correlation Coefficient	-.163
		Sig. (2-tailed)	.106
		N	100

Sumber: Data primer diolah

Dengan melihat Tabel 4.1.2, berikut hasil uji heterokedastisitas untuk masing-masing variabel :

- Nilai sig. untuk bukti fisik adalah 0.406
- Nilai sig. untuk kenadalan adalah 0.281
- Nilai sig. untuk daya tanggap adalah 0.612
- Nilai sig. untuk jaminan adalah 0.801
- Nilai sig. untuk empati adalah 0.106

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa nilai p seluruh variabel adalah $> \alpha$ ($\alpha = 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi tidak nyata maka terdapat hubungan yang penting secara statistik di antara peubah sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

4.1.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap variabel terikat yaitu Tingkat kepuasan pelanggan (Y).

a. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows ver 13.00* didapat model regresi seperti pada Tabel 4.13 :

Tabel 4.13 : Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.437	.991		1.451	.150
	X1	.188	.093	.170	2.023	.046
	X2	.300	.107	.231	2.801	.006
	X3	.270	.106	.204	2.553	.012
	X4	.303	.112	.208	2.704	.008
	X5	.385	.102	.297	3.784	.000

Berdasarkan pada Tabel 4.12 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,437 + 0,188 X_1 + 0,300 X_2 + 0,270 X_3 + 0,303 X_4 + 0,385 X_5$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,188 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (bukti fisik). Jadi apabila bukti fisik mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,188 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

- Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,300 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (keandalan), Jadi apabila keandalan mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.300 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,270 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_3 (daya tanggap), Jadi apabila daya tanggap mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.270 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,303 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_4 (jaminan), Jadi apabila jaminan mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.303 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,385 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_5 (empati), Jadi apabila empati mengalami peningkatan 1 satuan, maka Tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.385 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain bukti fisik sebesar 0,188, keandalan sebesar 0,300, daya tanggap sebesar 0,270, jaminan sebesar 0,303, dan empati sebesar 0,385. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati positif terhadap Tingkat kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, apabila bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati meningkat maka akan diikuti peningkatan Tingkat kepuasan pelanggan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (bukti fisik(X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5)) terhadap variabel terikat (Tingkat kepuasan pelanggan) digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam Tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14
Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.711	.506	.479

Sumber : Data primer diolah

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.14 diperoleh hasil R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,506. Artinya bahwa 50,6% variabel Tingkat kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu bukti fisik(X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5)). Sedangkan sisanya 49,4% variabel Tingkat kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati variabel Tingkat kepuasan pelanggan, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,711, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu bukti fisik(X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5)) dengan Tingkat kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8. Hubungan antara variabel bebas yaitu bukti fisik(X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5)) dengan Tingkat kepuasan pelanggan bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka Tingkat kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

4.1.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian, setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

a. Hipotesis I (F test / Serempak)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Tabel 4.15
Uji F/Serempak
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	430.720	5	86.144	19.221	.000 ^a
	Residual	421.280	94	4.482		
	Total	852.000	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.15 nilai F hitung sebesar 19,221. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 5 : db residual = 94) adalah sebesar 2,311. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $19,221 > 2,311$ atau nilai Sig. F (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Tingkat kepuasan pelanggan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5)).

c. Hipotesis II (t test / Parsial)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 4.16

Tabel 4.16
Hasil Uji t / Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.437	.991		1.451	.150
	X1	.188	.093	.170	2.023	.046
	X2	.300	.107	.231	2.801	.006
	X3	.270	.106	.204	2.553	.012
	X4	.303	.112	.208	2.704	.008
	X5	.385	.102	.297	3.784	.000

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh hasil sebagai berikut :

- t test antara X_1 (bukti fisik) dengan Y (Tingkat kepuasan pelanggan) menunjukkan t hitung = 2,023. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 94) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $2,023 > 1,985$ atau sig. t (0,046) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (bukti fisik) terhadap Tingkat kepuasan pelanggan adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh bukti fisik atau dengan meningkatkan bukti fisik maka Tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.
- t test antara X_2 (keandalan) dengan Y (Tingkat kepuasan pelanggan) menunjukkan t hitung = 2,801. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 94) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $2,801 > 1,985$ atau sig. t (0,006) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (keandalan) terhadap Tingkat kepuasan pelanggan adalah signifikan pada

alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh keandalan atau dengan meningkatkan keandalan maka Tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.

- t test antara X_3 (daya tanggap) dengan Y (Tingkat kepuasan pelanggan) menunjukkan t hitung = 2,553. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 94) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,553 > 1,985$ atau sig. t (0,012) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_3 (daya tanggap) terhadap Tingkat kepuasan pelanggan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh daya tanggap atau dengan meningkatkan daya tanggap maka Tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan secara nyata.
- t test antara X_4 (jaminan) dengan Y (Tingkat kepuasan pelanggan) menunjukkan t hitung = 2,704. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 94) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,704 > 1,985$ atau sig. t (0,008) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_4 (jaminan) terhadap Tingkat kepuasan pelanggan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh jaminan atau dengan meningkatkan jaminan maka Tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.
- t test antara X_5 (empati) dengan Y (Tingkat kepuasan pelanggan) menunjukkan t hitung = 3,784. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 94) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung > t tabel yaitu $3,784 > 1,985$ atau sig. t (0,000) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_5 (empati) terhadap Tingkat kepuasan pelanggan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan

bahwa Tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh empati atau dengan meningkatkan empati maka Tingkat kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.

1.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis dan Intepretasi Secara Simultan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE cabang Malang secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006: 181). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Di dalam Al- Quran di jelaskan bahwa baik atau buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Yang terkandung di dalam Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159



Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain.

4.2.2. Analisis dan Intepretasi Secara Parsial

Secara parsial bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). hal ini dapat dilihat pada tabel koefisien melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t tabel yaitu $N =$ jumlah sampel 100, dengan $\alpha = 0,05$ sebesar 2,311 Maka hasil dari tiap-tiap variabel dapat diketahui variabel manakah yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

a. Bukti Fisik (X₁)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas, interior dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen secara nyata. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan (Parasuraman, 2005) dalam Ramdan (2008:78) Hubungan wujud fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan

oleh M. Yusuf Bandu menyebutkan bahwa variabel *tangibles*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Keandalan (X₂)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keandalan (X₂) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Parasuraman, dkk. (1998) dalam (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:80) berpendapat keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. . Penelitian yang dilakukan oleh Ratih menyebutkan bahwa variabel meliputi bukti fisik (X₁), keandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), empati (X₅) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Daya Tanggap (X₃)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Parasuraman. Dkk. 1998 (lupiyoadi & Hamdani, 2006:82) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas dan membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Penelitian yang dilakukan oleh Oktavi menyebutkan bahwa variabel *compliance*, *assurance*, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Jaminan (X₄)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. . Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Parasuraman. Dkk. 1998 (Lupiyoadi & Hamdani, 2006:85) yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramahmataman, perhatian dan kesopanan,

ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, dari resiko ataupun dari rasa keraguan.

e. Empati (X5)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Parasuraman. Dkk. 1998 dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006 :97), empati (*empathy*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan berifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Oktavi (2009) menyebutkan bahwa variabel *compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.3. Variable Dominan

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial. Dan dari sini dapat diketahui bahwa kelima variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Tingkat kepuasan pelanggan adalah empati karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar paling besar dibandingkan dengan variabel lainya. ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan M. Yunus Bandu variabel yang paling dominan adalah variabel realibility (kehandalan) berdasarkan hasil uji t. Penelitian ini berbeda kerana berbeda dengan karkteristik responden dan tempat penelitian yang juga berbeda . Di JNE pegawai dalam melakukan pelayanan peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang

ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen

