

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Ninja Express

Daniel Anugrah Prima Telaumbanua¹, Idarni Harefa², Heseziduhu Lase³, Otanius Laia⁴

^{1,2,3,4}Universitas Nias

Email : 12Dtelaumbanua@gmail.com¹, Idarniharefa@gmail.com²,

LaseHeseziduhu@gmail.com³, Otaniuslaia027@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan pengaruh kualitas pelayanan jasa pengiriman terhadap kepuasan konsumen Ninja Express Kota Gunungsitoli penelitian ini menggunakan 2 (Dua) variabel independen Yaitu Kualitas Pelayanan dan variabel dependent yaitu kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pengguna Ninja Express Kota Gunungsitoli. Sampel yang diambil sebanyak 63 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji T dan koefisien determinasi (R²). Berdasarkan analisis data, Uji Validitas terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen semua valid.. dapat diketahui bahwa hasil pengujian menunjukan nilai Cronbach's Alpha kedua variabel dalam penelitian ini bernilai > 0,60 sehingga kedua variabel dinyatakan reliabel. pada uji hipotesis Adapun hasil dari perhitungan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut: Pada variabel Kualitas Pelayanan (X) nilai T-hitung sebesar 2.928 yang artinya T-hitung 2928 > T-tabel 2.000 dan nilai signifikan 0,005 < 0,05 maka artinya hipotesis diterima, variabel Kualita Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Ninja Expres Kota Gunungsitoli .

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Ninja Express

Abstract

This research aims to analyze the influence of delivery service service quality on Ninja Express consumer satisfaction in Gunungsitoli City. This research uses 2 (two) independent variables, namely Service Quality and the dependent variable, namely consumer satisfaction. The population in this research are consumers or users of Ninja Express, Gunungsitoli City. The sample taken was 63 respondents using a sampling technique based on chance, that is, anyone who happened to meet the researcher could be used as a sample. The data analysis methods used are validity and reliability tests, classical assumption tests, T tests and coefficient of determination (R²). Based on data analysis, the Validity Tests on Service Quality and Consumer Satisfaction are all valid. It can be seen that the test results show that the Cronbach's Alpha value for the two variables in this study is > 0.60 so that both variables are declared reliable. in hypothesis testing. The results of the calculation of each independent variable on the dependent variable are as follows: In the variable Service Quality (X), the T-count value is 2,928, which means the T-count is 2928 > T-table 2,000 and the significant value is 0.005 < 0.05 then this means that the hypothesis is accepted, the Service Quality variable partially has a positive and significant influence on Ninja Express Consumer satisfaction in Gunungsitoli City.

Keywords : Service Quality, Consumer Satisfaction, Ninja Express

1. Latar Belakang

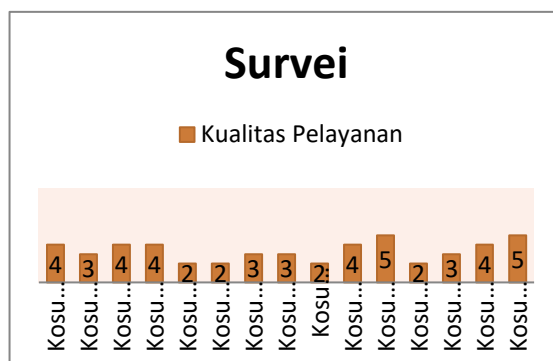
Revolusi Industri 4.0 ialah sebuah batu loncatan yang besar pada sektor industri yang mana teknologi, informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan secara penuh untuk mencapai efisiensi yang setinggi-tingginya yang kemudian dapat menghasilkan model bisnis baru berbasis digital (Haris, 2019). Revolusi Industri 4.0 merupakan suatu upaya transformasi menuju perbaikan yang mengintegrasikan dunia digital dan lini produksi di industri, dimana semua proses produksi dapat berjalan melalui internet sebagai penopang utama. Salah satu industri yang keberadaannya menjamur dan tumbuh dari tahun ke tahun ialah bisnis dalam sektor jasa pengiriman.

Maraknya situs belanja online dan tingginya transaksi yang terjadi di sana, membuat peluang bisnis pengiriman barang menjadi jauh lebih cerah selama beberapa tahun terakhir ini. Penjual dan pembeli hanya bertemu secara online, sehingga mereka membutuhkan perusahaan jasa pengiriman untuk menyampaikan berbagai pesanan yang terjadi di dalam transaksi jual beli online yang mereka lakukan. Pada era saat ini kebutuhan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Jasa pengiriman merupakan bagian dari kebutuhan konsumen, konsumen cenderung menginginkan sesuatu yang bersifat cepat, mudah, aman dan praktis dalam hal pengiriman barang. Kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta berkembangnya bisnis toko online atau *e-commerce* menunjukkan tingginya antusiasme konsumen akan jasa pengiriman barang.

Menurut Prasetyo (2018), *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh pembeli dan penjual. *E-commerce* dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan antara penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya *E-commerce* seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dan memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik, yang diperlukan untuk mencapai kepuasan konsumen yang merupakan faktor penting demi tercapainya kualitas.

Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman yang terus berkembang dan berlomba-lomba merebut pasar, salah satunya adalah Ninja Xpress. Jasa pengiriman barang dan perdagangan memiliki hubungan yang saling mempengaruhi. Perkembangan perdagangan sangat dipengaruhi oleh lahirnya jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang juga berperan dalam pertumbuhan perdagangan dalam dan luar negeri. Jaringan luas dan layanan profesional Ninja Xpress telah membantu dalam distribusi produk dan meningkatkan daya saing dalam pemasaran. Ninja Xpress perusahaan pengiriman cepat berbasis teknologi yang menyediakan layanan di Asia Tenggara yang diluncurkan pada tahun 2014. Dan membuka Cabang Ninja Xpress di Gunungsitoli Pada Tahun 2018.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa, Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung konsisten dari perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang di harapkan oleh para konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.



Berdasarkan dari Observasi dan Wawancara sederhana yg diadakan oleh peneliti Kepada 15 Orang Konsumen terhadap kualitas pelayanan Ninja Expres Kota Gunungsitoli masih terdapat pelayanan yang tidak memuaskan dan kecewa. Kekecewaan terhadap Ninja expres bermacam-macam diantaranya keterlambatan estimasi pengiriman barang, paket kiriman yang tidak dapat di tracking, terjadi kerusakan pada paket yang dikirim dan hilangnya paket kiriman barang serta pegawai yang dianggap kurang ramah dalam melayani konsumen. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Sudaryana, dkk (2022) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada analisis data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistik. Dengan metode kuantitatif, diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau hubungan antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan (X) merupakan variabel bebas Dan Kepuasan Konsumen (Y) merupakan variabel terikat.

Lokasi penelitian dilakukan oleh peneliti pada Ninja Express Kota Gunungsitoli yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso Ujung, saewe, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli

Sumber data adalah tempat atau sumber informasi untuk mendapatkan data terkait suatu penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri dari 2 jenis, yakni : 1. Data Primer, 2. Data Sekunder

2.2 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini ada dua klasifikasi variabel, yaitu variabel independent, dan variabel dependent. Menurut Sugiyono (2018) Variabel independent ataupun bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau sebagai sebab perubahan pada variable dependent atau terikat. -Kualitas Pelayanan (X), Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan. –Kepuasan Konsumen (Y), Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan pada kuisioner (angket) yang akan diajukan kepada responden berpedoman pada indikator – indikator variable, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternative jawaban yang telah disediakan. Kemudian jawaban akan diukur dengan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2013) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Adapun bobot penilaian terhadap kuisioner penelitian ini adalah sebagai berikut:

Skala	Keterangan	Skor Pernyataan
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

2.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statisik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Statistic Deskriptif Strutural yaitu suatu teknik analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan data-data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya dari nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih, kemudian melakukan perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Setelah itu dilanjutkan dengan membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisi. Adapun analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan alat analisis IMB SPSS-20 dengan langkah analisis sebagai berikut:

2.5 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

b) Uji Multikolonieritas

Menurut Sujarweni (2015:158) “Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model”. Multikolinieritas dianggap tidak ada masalah apabila uji VIF (*Variance Inflation Factor*) nilainya kurang dari 10.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni (2015:159) “Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain”. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.

d) Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2018:111) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Deteksi autokorelasi yaitu dengan cara :

1. Jika $dW < dL$: maka terdapat autokorelasi positif
2. Jika $dW > dU$: maka tidak terdapat autokorelasi positif
3. Jika $dL > dW > dU$: maka pengujian tidak dapat disimpulkan
4. Jika $(4 - dW) < dL$: maka terdapat autokorelasi negatif.
5. Jika $(4 - dW) > dU$: maka pengujian tidak terdapat autokorelasi negatif.
6. Jika $dL < (4 - dW) < dU$: maka pengujian tidak terdapat kesimpulan.

2.6 Pengujian Hipotesis

a) Uji Parsial T (Uji-t)

Uji ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh dari satuvariabel independen secara individual dalam memengaruhi atau menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghazali (2018:179), uji parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b) Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel–variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian regresi yang dihasilkan baik untuk mengistemasi nilai variabel dependen. Menurut Imam Ghazali (2018:95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau digunakan untuk mengukur perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X), dengan ketentuan semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabelnya. Adapun hasil dari uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20.

3. Hasil dan Diskusi

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (x) dan Kepuasan Kosumen (Y)

		Correlations										
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	y
x1	Pearson Correlation	1	.361 ^{**}	.362 ^{**}	.261 [*]	.277 [*]	.160	.304 [*]	.322 ^{**}	-.036	.312 [*]	.824 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.004	.003	.026	.028	.210	.016	.010	.777	.013	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x2	Pearson Correlation	.361 ^{**}	1	.314 [*]	-.066	.376 ^{**}	-.088	.339 [*]	.148	-.184	.229	.434 [*]
	Sig. (2-tailed)		.004	.03	.602	.002	.455	.007	.254	.150	.072	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x3	Pearson Correlation	.362 ^{**}	.314 [*]	1	.139	.569 ^{**}	.249 [*]	.398 [*]	.153	.150	.367 ^{**}	.835 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.003	.012	.278	<.001	.049	.002	.231	.242	.003	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x4	Pearson Correlation	.261 [*]	-.066	.139	1	.188	.304 [*]	.229	.314 [*]	.499 [*]	.147	.545 [*]
	Sig. (2-tailed)		.026	.806	.278	.141	.015	.071	.012	<.001	.251	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x5	Pearson Correlation	.277 [*]	.376 ^{**}	.569 ^{**}	.188	1	.108	.489 ^{**}	.282 [*]	.001	.454 [*]	.861 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.028	.002	<.001	.141	.399	<.001	.020	.694	<.001	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x6	Pearson Correlation	.160	.304 [*]	.249 [*]	.304 [*]	.108	1	.139	.201	.114	.129	.416 [*]
	Sig. (2-tailed)		.210	.455	.049	.015	.399	.276	.114	.374	.315	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x7	Pearson Correlation	.304 [*]	.339 [*]	.398 [*]	.229	.489 ^{**}	.139	1	.361 ^{**}	.219	.471 [*]	.867 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.016	.007	.082	.071	<.001	.278	.004	.085	<.001	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x8	Pearson Correlation	.322 ^{**}	.148	.153	.314 [*]	.282 [*]	.201	.361 ^{**}	1	.413 [*]	.338 ^{**}	.824 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.010	.254	.231	.012	.020	.114	.004	<.001	.007	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x9	Pearson Correlation	-.036	-.184	.150	.499 [*]	.001	.114	.219	.433 ^{**}	1	.209	.435 [*]
	Sig. (2-tailed)		.777	.150	.242	<.001	.694	.374	.085	<.001	.099	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
x10	Pearson Correlation	.312 [*]	.229	.367 ^{**}	.147	.454 [*]	.173	.471 [*]	.338 ^{**}	.209	1	.844 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.013	.072	.083	.251	<.001	.315	<.001	.007	.099	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y	Pearson Correlation	.824 ^{**}	.434 [*]	.835 ^{**}	.545 [*]	.861 ^{**}	.867 ^{**}	.824 ^{**}	.434 [*]	.435 [*]	.844 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations										
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y
y1	Pearson Correlation	1	.845	.489 [*]	.251 [*]	.317 [*]	-.015	.274 [*]	-.820	.052	.303 [*]	.461 [*]
	Sig. (2-tailed)		.726	<.001	.048	.011	.999	.030	.878	.688	.016	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y2	Pearson Correlation	.845	1	.110	.334 [*]	.461 ^{**}	.334 [*]	.278 [*]	.404 [*]	.461 ^{**}	.272 [*]	.666 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.726	.63	.008	<.001	.008	.027	.001	<.001	.031	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y3	Pearson Correlation	.489 [*]	.110	1	.250 [*]	.387 ^{**}	.194	.173	.017	.194	.221	.520 [*]
	Sig. (2-tailed)		<.001	.391	.041	.002	.128	.175	.893	.128	.082	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y4	Pearson Correlation	.251 [*]	.334 [*]	.250 [*]	1	.036	.293 [*]	.350 [*]	.194	.357 [*]	.249 [*]	.593 [*]
	Sig. (2-tailed)		.048	.006	.041	.63	.020	.005	.128	.004	.049	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y5	Pearson Correlation	.317 [*]	.461 ^{**}	.387 ^{**}	.036	1	.164	.350 [*]	.074	.421 ^{**}	.185	.605 [*]
	Sig. (2-tailed)		.011	<.001	.002	.781	.198	.005	.587	<.001	.146	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y6	Pearson Correlation	-.015	.334 [*]	.194	.293 [*]	.164	1	.149	.314 [*]	.154	.195	.559 [*]
	Sig. (2-tailed)		.609	.008	.128	.020	.198	.244	.012	.198	.146	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y7	Pearson Correlation	.274 [*]	.278 [*]	.173	.350 [*]	.350 [*]	.149	1	.225 [*]	.283 [*]	.142	.580 [*]
	Sig. (2-tailed)		.020	.027	.175	.005	.005	.244	.009	.025	.267	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y8	Pearson Correlation	-.820	.404 [*]	-.017	.194	.074	.314 [*]	.325 ^{**}	1	.134	.316 [*]	.498 [*]
	Sig. (2-tailed)		.878	.999	.893	.128	.007	.012	.009	.296	.012	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y9	Pearson Correlation	.052	.461 ^{**}	.194	.357 [*]	.421 ^{**}	.164	.283 [*]	.134	1	.249 [*]	.593 [*]
	Sig. (2-tailed)		.688	<.001	.128	.004	<.001	.198	.025	.296	.049	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y10	Pearson Correlation	.303 [*]	.272 [*]	.221	.249 [*]	.185	.142	.314 [*]	.249 [*]	.249 [*]	1	.561 [*]
	Sig. (2-tailed)		.016	.031	.082	.049	.146	.146	.267	.012	.049	<.001
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
y	Pearson Correlation	.461 [*]	.666 ^{**}	.520 [*]	.593 [*]	.605 [*]	.591 [*]	.590 [*]	.498 [*]	.593 [*]	.561 [*]	1
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil *output correlations* diatas, terlihat bahwa masing-masing butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (x), dan Kepuasan Konsumen (y) memiliki nilai rhitung (*pearson correlation*) lebih besar dari kriteria rtabel 0.2480 Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari kedua variabel dinyatakan valid.

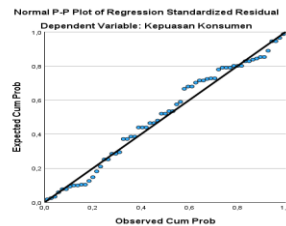
Uji Realibilitas

Item-Total Statistics				
Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total		
Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted			
x1	82,5079 17,318	.490	.792	
x2	82,1270 19,338	.256	.805	
x3	82,0794 18,171	.565	.791	
x4	82,1111 18,842	.285	.804	
x5	81,9048 17,894	.524	.791	
x6	82,1746 19,243	.252	.805	
x7	81,9524 18,853	.297	.803	
x8	82,0317 18,741	.361	.800	
x9	82,1905 19,189	.220	.807	
x10	81,9365 17,996	.510	.792	
y1	81,9206 18,590	.353	.800	
y2	81,7937 17,844	.518	.791	
y3	81,8571 18,124	.455	.795	
y4	81,8413 18,394	.386	.799	
y5	81,8413 17,942	.498	.792	
y6	81,8413 19,039	.232	.807	

y7	81,9365	18,383	,410	,797
y8	81,7937	18,876	,246	,807
y9	81,8413	18,394	,386	,799
y10	81,7460	19,031	,233	,807

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* kedua variabel dalam penelitian ini bernilai > 0,60 sehingga kedua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat handal dan konsisten.

Uji Asumsi Klasik



Berdasarkan hasil output diatas, diketahui di lihat bahwa data (titk) menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal.

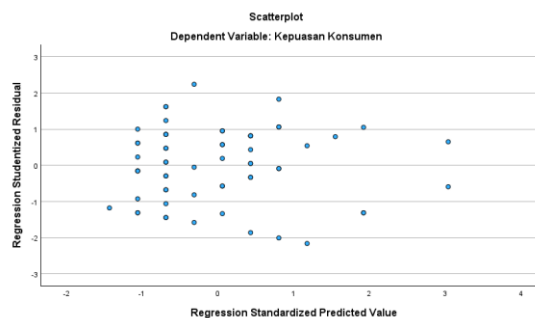
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Beta			Tolerance	VIF
1						
(Constant)	29,125		5,556	<,001		
Kualitas Pelayanan	,366	,125	2,928	,005	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan masing-masing variabel independent memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independent, dan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hasil yang sama yaitu tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas diketahui nilai probabilitas dari seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Dan dari hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat gambar diatas bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,351 ^a	,123	,109	2,64176	1,548

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson* dapat dilihat bahwa nilai DW adalah 1,548. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan signifikan 5%. Jumlah sampel (N) 63 dan jumlah variabel independent (k) adalah 1, maka dari tabel di dapat nilai dL 1.5599 dan nilai dU 1.6243. Oleh karena itu, jika $(4 - dW) > dU$ atau $(4 - 1,548) > 1,5070 = (2,452) > 1,5070$ maka dapat disimpulkan pengujian tidak terdapat autokorelasi negatif.

Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,351 ^a	,123	,109	2,64176	1,548

a. Predictors: (Constant), x
b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 20 nilai R Squaere sebesar 0,123 menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan (x) terhadap Kepuasan Konsumen (y) sebesar 12,3 %

Uji Parsial (t-Test)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,125	5,242		5,556	<,001
	Kualitas Pelayanan	,366	,125	,351	2,928	,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan rumus $t\text{-tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$ yang dimana α = tingkat kepercayaan (0,05), n = jumlah sampel, dan k = jumlah variabel X atau $0,05/2 = 0,025 ; 63-1-1 = 61$ sehingga diperoleh angka T-tabel sebesar 2.000. Adapun hasil dari perhitungan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut: Pada variabel Kualitas Pelayanan (X) nilai T-hitung sebesar 2.928 yang artinya T-hitung $2928 > T\text{-tabel } 2.000$ dan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ maka artinya hipotesis diterima, variabel Kualita Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Ninja Expres Kota Gunungsitoli .

4. Kesimpulan

Kualitas Pelayanan adalah seperangkat nilai, norma, kepercayaan, perilaku, dan praktik yang dimiliki bersama oleh anggota organisasi. Kualitas Pelayanan mencerminkan identitas, tujuan, dan cara kerja organisasi, dan memainkan peran penting dalam membentuk lingkungan kerja serta mempengaruhi cara anggota organisasi berinteraksi dan berkolaborasi sedangkan kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya kemudian sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja. Dari hasil perhitungan validitas dan instrumen penelitian maka diperoleh kesimpulan, berdasarkan hasil *output correlations* diatas, terlihat bahwa masing-masing butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (x), dan Kepuasan Konsumen (y) memiliki nilai rhitung (*pearson correlation*) lebih besar dari kriteria rtabel 0.2480 Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari kedua variabel dinyatakan valid. hasil pengujian menunjukan nilai *Cronbach's Alpha* kedua variabel dalam penelitian ini bernilai $> 0,60$ sehingga kedua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat handal dan konsisten. hasil dari perhitungan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut: Pada variabel Kualitas Pelayanan (X) nilai T-hitung sebesar 2.928 yang artinya T-hitung $2928 > T\text{-tabel } 2.000$ dan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ maka artinya hipotesis diterima, variabel Kualita Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Ninja Expres Kota Gunungsitoli.

Referensi

- Anggiato, A., & Setiawan, J. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Aria, M., & Atik, I., L. (2018). Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan.
- Arief. 2020. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang: Bayumedia Publishing
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah
- American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2021) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- A Shimp Terence, Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Danang Sunyoto. 2019. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Donni Juni Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Follet, Mary Parker. 2017. Manajemen. Jakarta: Indeks
- Haris, M. (2019). Manajemen lembaga pendidikan Islam dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Mudir: Jurnal Manajemen Pendidikan, 1(1), 33-41.
- Handoko, Jantra. 2019. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Pegawai terhadap Produktivitas Kerja(studi kasus pada pegawai bagian produksi PT. Anugerah Mulia Indobel “Coklat Monggo” Yogyakarta). Universitas Sanata Dharma. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran, Vol.1, No.2, Hal. 45-50.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. Marketing Manajemen, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kristiawan, Muhammad. 2017. Manajemen Pendidikan. Sleman: CV Budi Utama
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Mulyapradana, Aria., & Lazulfa Indah, Atik. 2018. Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol). Vol.1 Nomor Februari 2018, p-ISSN:2599-1779. e-ISSN:2599-1787.
- Nasution, M.Nur. 2015. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oliver, J. (2019). Buku Manajemen. Hilon Tensados