

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Express Samarinda

Bangkit Bimantara

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No.1 Gunung Kelua Samarinda,
Email: bimantara.bang@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to find an independent variable consisting of service quality X1 and X2 (risk perception) influences the dependent variable customer satisfaction (Y).The population of the research is every consumer J&T that use the expedition was .The sample collection technique using simple random sampling .Included in this research using formulas slovin 100 respondents .The research is quantitative research .Data collection techniques that is by using data primary and secondary data .A scale of measurement data using likert scale .Use the instrument for testing the classic , the data analysis techniques in a linear regression multiple. The results of the study showed that of the study are variable risk perception is the variable against the customer satisfaction in the most influential in the use of services expedition J&T in Samarinda. Expedition J&T in samarinda should increase customer customers with the figure in a receptive manner opinion of consumers.

Keywords: : *Service Quality, Risk Perception, Customer Satisfaction*

Pendahuluan

Masyarakat sebagai pengguna jasa kini semakin selektif dalam memilih jasa ekspedisi untuk memperlancar dan membantu pelaksanaan perdagangan ekspor impor sehingga mempermudah pembeli (importir) dan penjual (eksportir) dalam melaksanakan transaksinya. Semakin tinggi derajat kepercayaan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakannya. Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka (Debholkar dalam Junusi, 2009). Hal ini sesuai pernyataan Mital *et. al.*,1998 dalam Junusi (2009) bahwa pengalaman dan informasi yang baik akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk maupun layanan jasa, hal ini dikarenakan pengalaman yang berbentuk pada memori

pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dapat membantu rasa percaya seseorang jika pengalaman yang mereka alami menyenangkan dan memuaskan pelanggan. Dalam hal ini unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan (Junusi, 2009).

Bisnis jasa ekspedisi pengiriman ini merupakan bisnis jasa yang berdasarkan asas kepercayaan yang didukung keunggulan produk dan nilai pelanggan, sehingga masalah rasa percaya, keunggulan produk dan nilai pelanggan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap karyawan J&T Express diketahui bahwa terkadang ada saja keterlambatan pengiriman paket oleh pihak J&T Express kepada pelanggan. Salah satu contohnya yaitu dikarenakan alamat yang tertera tidak jelas, data penerima barang tidak lengkap dan terkadang pelanggan sulit dihubungi sehingga barang akan dibawa kembali ke outlet J&T Express. Hal lain yang dapat mempengaruhi keterlambatan pengiriman paket adalah akses ke tempat tujuan tertutup atau terhambat.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis merasa penting untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pelanggan Akan Kepuasan Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Samarinda”. Sedangkan yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi risiko, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Samarinda?
2. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi risiko, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Samarinda?
3. Dari kualitas pelayanan dan persepsi risiko manakah yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Samarinda?

Metode

Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dimana peneliti mencoba untuk mengadakan penelitian ilmiah yang sistematis menggambarkan fakta dan hasil penelitian dalam bentuk data berupa angka-angka hasil perhitungan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan J&T yang menggunakan jasa ekspedisi tersebut yang berada di Jl. Bung Tomo Kota Samarinda Seberang. Sampel yang mewakili populasi adalah sebesar 100 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Persamaan Regresi Berganda, Koefisien Korelasi (R), Koefisien Determinasi (R^2), Uji Simultan (F), Uji Parsial (t), dan Uji Variabel Dominan.

Hasil dan Pembahasan**Tabel 1. Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel 5% (100)}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,688	0,1946	Valid
	2	0,558	0,1946	Valid
	3	0,539	0,1946	Valid
	4	0,491	0,1946	Valid
Persepsi Risiko (X2)	1	0,564	0,1946	Valid
	2	0,617	0,1946	Valid
	3	0,526	0,1946	Valid
	4	0,373	0,1946	Valid
	5	0,602	0,1946	Valid
Kepuasan (Y)	1	0,818	0,1946	Valid
	2	0,848	0,1946	Valid
	3	0,864	0,1946	Valid
	4	0,523	0,1946	Valid

sumber: data diolah (2020)

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Butir pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
X1	0,707	4	Reliabel
X2	0,754	5	Reliabel
Y	0,814	4	Reliabel

sumber: data diolah (2020)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 7,376 + 0,136 X_1 + 0,486 X_2$$

Tabel 3. Hasil Persamaan Regresi Berganda

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.376	2.473		11.070	.000
	X1	.136	.068	.189	2.008	.047
	X2	.486	.122	.374	3.988	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

sumber: data diolah (2020)

Pada persamaan regresi tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)

Nilai Konstanta adalah 7,376 menyatakan bahwa jika variable Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Resiko (X2) nilainya adalah nol, maka nilai konsistensi Kepuasan (Y) nilainya adalah 7,376

2. Koefisiensi Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan sebesar 0,136 maka berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan (Y). Artinya jika variabel Kualitas Pelayanan ditingkatkan 1 satuan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,136, sebaliknya apabila variabel Kualitas Pelayanan diturunkan 1 satuan maka kepuasan pembelian akan menurun sebesar 0,136 dengan asumsi tidak ada penambahan (konstanta) nilai pada variabel X2.

3. Koefisiensi Regresi Variabel Persepsi risiko (b2)

Variabel Persepsi risiko mempengaruhi kepuasan sebesar 0,486 maka berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan (Y). Artinya jika variable Persepsi risiko ditingkatkan 1 satuan maka Kepuasan akan meningkat sebesar 0,486, sebaliknya apabila variabel persepsi risiko diturunkan 1 satuan maka Kepuasan akan menurun sebesar 0,486 dengan asumsi tidak ada penambahan (konstanta) nilai pada variabel X1.

Tabel 4. Uji t (Parsial)

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	27.376	2.473		11.070	.000
1	X1	.136	.068	.189	2.008	.047
	X2	.486	.122	.374	3.988	.000

a. Dependent Variable: Y

sumber: data diolah (2020)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rendi Lawrence Edward Rompis (2016), bahwa di dalam penelitiannya menjelaskan secara parsial Kepuasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk pada PT. Semen Tonasa (PERSERO). Hasil penelitian ini juga didukung dengan Alan (2004) dalam Setiawan (2016:25) kepuasan pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Definisi kualitas pelayanan menurut Dharmayanti (2006) dalam Setiawan (2016:25) adalah kualitas dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi resiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyana (2016), bahwa didalam penelitiannya menjelaskan secara parsial bahwa persepsi resiko berpengaruh positif terhadap kepuasan pada toko *online*. Hasil penelitian ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan Slovic (2000) dalam Dewi (2014:14) persepsi resiko adalah pengambilan keputusan yang berbeda setiap orang ditentukan oleh persepsi masing-masing terhadap resiko yang dihadapi dan seberapa penting pengaruhnya.

Persepsi resiko adalah bentuk interpretasi atau penilaian terhadap situasi resiko yang didasarkan pada pengalaman atau keyakinan yang dimiliki. Ketika persepsi resiko menjadi tinggi, ada motivasi apakah akan menghindari menggunakan produk/jasa atau meminimumkan risiko melalui pencarian dan evaluasi alternative pra-pembelian dalam tahap pengambilan keputusan. Risiko adalah suatu konsekuensi negatif yang harus diterima akibat dari ketidakpastian dalam mengambil keputusan, jadi persepsi terhadap risiko adalah suatu konsumen mempersepsiakan kemungkinan kerugian yang akan diperoleh dari keputusannya dikarenakan ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut.

Tabel 5. Uji F (Simultan)

‘ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	81.138	2	40.569	9.106	.000 ^b
	Residual	432.172	97	4.455		
	Total	513.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

sumber: data diolah (2020)

Dari hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($9.106 > 3,090$ dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,05$) ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan persepsi risiko (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan (Y). Hal tersebut diperkuat dengan hasil kuesioner bahwa Kualitas Pelayanan dan persepsi risiko dinilai sudah baik, terbukti dengan hasil tanggapan responden mengenai indikator-indikator variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi risiko rata-rata direspon sangat setuju oleh responden.

Adanya Kualitas Pelayanan J&T Express yang memiliki layanan cepat dan tepat waktu, Kualitas Pelayanan dalam kemudahan akses pelanggan, Kualitas Pelayanan yang menjaga hubungan baik karyawan dengan pelanggan, dan kualitas pelayanan dalam melayani pelanggan dengan sikap ramah dan sopan santun. Selain itu persepsi risiko yang tidak terdapat kesan negatif (biaya tidak sesuai) dengan manfaat yang diterima, persepsi risiko konsumen yang menerima barang dengan kondisi baik, persepsi risiko J&T memiliki tanggung jawab atas pengiriman barang sampai ke konsumen dengan tepat waktu, persepsi risiko dalam Pelayanan J&T Express yang tidak pernah memberikan perasaan takut bagi konsumen selama pelayanan maupun setelah pelayanan, persepsi risiko J&T Express yang tidak pernah merugikan konsumen dalam proses transaksi pembayaran.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan Rompis (2016:19) kepuasan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kualitas yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kualitas produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada bens salon di bandar lampung" yang dilakukan Rahmadhi Mersyah Indra Setiawan (2016). Dalam penelitiannya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Bens Salon.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Express Samarinda. Variabel Persepsi Risiko merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Penulis menyarankan perusahaan untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan meminimalkan risiko terhadap kepuasan pelanggan terhadap penggunaan jasa pada J&T Express. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini atau mencari variabel-variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Samarinda.

Daftar Pustaka

- Kotler dan Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi Kedua belas. PT. Indeks. Jakarta.
- Lovelock, C.H., J. Wirtz, dan Jayanta Chatterjee. 2011. Service Marketing: People, Technology, Strategy. Sixth Edition. USA. Prentice Hall.
- Prasaranphanich. 2010. Perilaku Pelanggan: Analisis Model Keputusan. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sangadji, Etta mamang dan Sopiah, 2013. Perilaku Pelanggan. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. Perilaku Pelanggan Edisi Kedua. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabets. Bandung.
- Sujarweni, Wiratna. 2013. Metodologi Penelitian Cetakan pertama. Pustakabrupress. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2014. Perilaku Pelanggan dan pemasaran. Cetakan pertama, Jakarta. CAPS
- Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Andi. Yogyakarta
- Yamit, Z. 2010. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ekonisia: Yogyakarta.