

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS,
KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN**

**J&T EXPRESS (Studi Kasus Pada J&T Express
Ambokulon Pematang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ANIQOTUL AMAH

NIM 4119143

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS,
KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN**

**J&T EXPRESS (Studi Kasus Pada J&T Express
Ambokulon Pematang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ANIQOTUL AMAH

NIM 4119143

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aniqotul Amah
NIM : 4119143
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express Ambokulon Pemalang)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 30 Mei 2024
Yang menyatakan,



Aniqotul Amah

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Aniqotul Amah

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Aniqotul Amah**

NIM : **4119143**

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express Ambokulon Pemalang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 30 Mei 2024

Pembimbing,



Aditya Agung Nugraha, M.E

NIP. 19900811 201903 1 008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No.52 Kajen Kab. Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **Aniqotul Amah**
NIM : **4119143**
Judul Skripsi : **Pengaruh Pelayanan Kualitas Pelayanan, Fasilitas,
Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express (Studi
Kasus Pada J&T Express Ambokulon Pemalang)**
Dosen Pembimbing : **Aditya Agung Nugraha, M.E.**

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 1 November 2024 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.
NIP. 199110262019032014

Penguji II

Singgih Setiawan, M.M.
NIP. 199309182020121014

Pekalongan, 14 November 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“...Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al- Baqarah:286)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam pembuatan skripsi ini penulis mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non meteril dari berbagai pihak. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua penulis tercinta dan tersayang Bapak Tamrin dan Ibu Kusniti yang telah memberikan banyak dukungan do'a dan motivasi terhadap penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini serta adik saya Farha F. yang telah memberikan semangat kepada penulis.
2. Segenap keluarga besar penulis, tiada kesuksesan tanpa dukungan do'a yang selalu terpanjatkan.
3. Bapak Aditya Agung Nugraha, M.E selaku dosen pembimbing atas segala arahan dan bimbingannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Terimakasih kepada teman-teman saya Finna, Ilmi, Dela, Sakinah yang banyak memberikan dukungan, saran serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2019 yang memberikan dukungan dan kerjasama selama perkuliahan sampai dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak J&T Express Ambokulon yang sudah membantu saya selama penelitian.
7. Seluruh responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mendoakan.

ABSTRAK

ANIQOTUL AMAH, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express Ambokulon Pemalang).

Di era globalisasi sekarang, terjadi kenaikan yang begitu cepat pada perusahaan jasa ekspedisi dikarenakan keberadaannya yang sangat dibutuhkan. Keberadaan perusahaan jasa ekspedisi menjadi dibutuhkan disebabkan masyarakat banyak yang merubah transaksi pembelian secara daring. Bagi perusahaan jasa pengiriman, hal tersebut dapat menjadikan tantangan sekaligus peluang tersendiri. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Ambokulon Pemalang.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan accidental sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Ambokulon Pemalang. Kemudian secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Ambokulon Pemalang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

ANIQOTUL AMAH, The Influence of Service Quality, Facilities, Trust and Brand Image on Consumer Satisfaction with J&T Express Delivery Services (Case Study of J&T Express Ambokulon Pematang).

In the current era of globalization, there has been a rapid increase in expedition service companies because their existence is really needed. The existence of expedition service companies has become necessary because many people have changed their purchasing transactions online. For delivery service companies, this can be both a challenge and an opportunity. The aim of this research is to find out the influence of service quality, facilities, trust and brand image on consumer satisfaction at J&T Express Ambokulon Pematang.

This research is a type of quantitative research, the data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 96 respondents. The sampling technique was accidental sampling. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 26.

The results of this research show that service quality has a significant effect on consumer satisfaction, facilities have no effect on consumer satisfaction, trust has no effect on consumer satisfaction and brand image has a significant effect on consumer satisfaction at J&T Express Ambokulon Pematang. Then, simultaneously, service quality, facilities, trust and brand image influence consumer satisfaction at J&T Express Ambokulon Pematang.

Keywords: Service Quality, Facilities, Trust, Brand Image and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Aditya Agung Nugraha, M.E selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Pihak J&T Express yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
8. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 30 Mei 2024


Aniqotul Amah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	9
B. Telaah Pustaka.....	16
C. Kerangka Berpikir	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	28
B. Pendekatan Penelitian.....	28
C. Setting Penelitian.....	28
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Variabel penelitian.....	29
F. Sumber Data	32

G. Teknik Pengumpulan Data	32
H. Metode Analisis Data	33

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

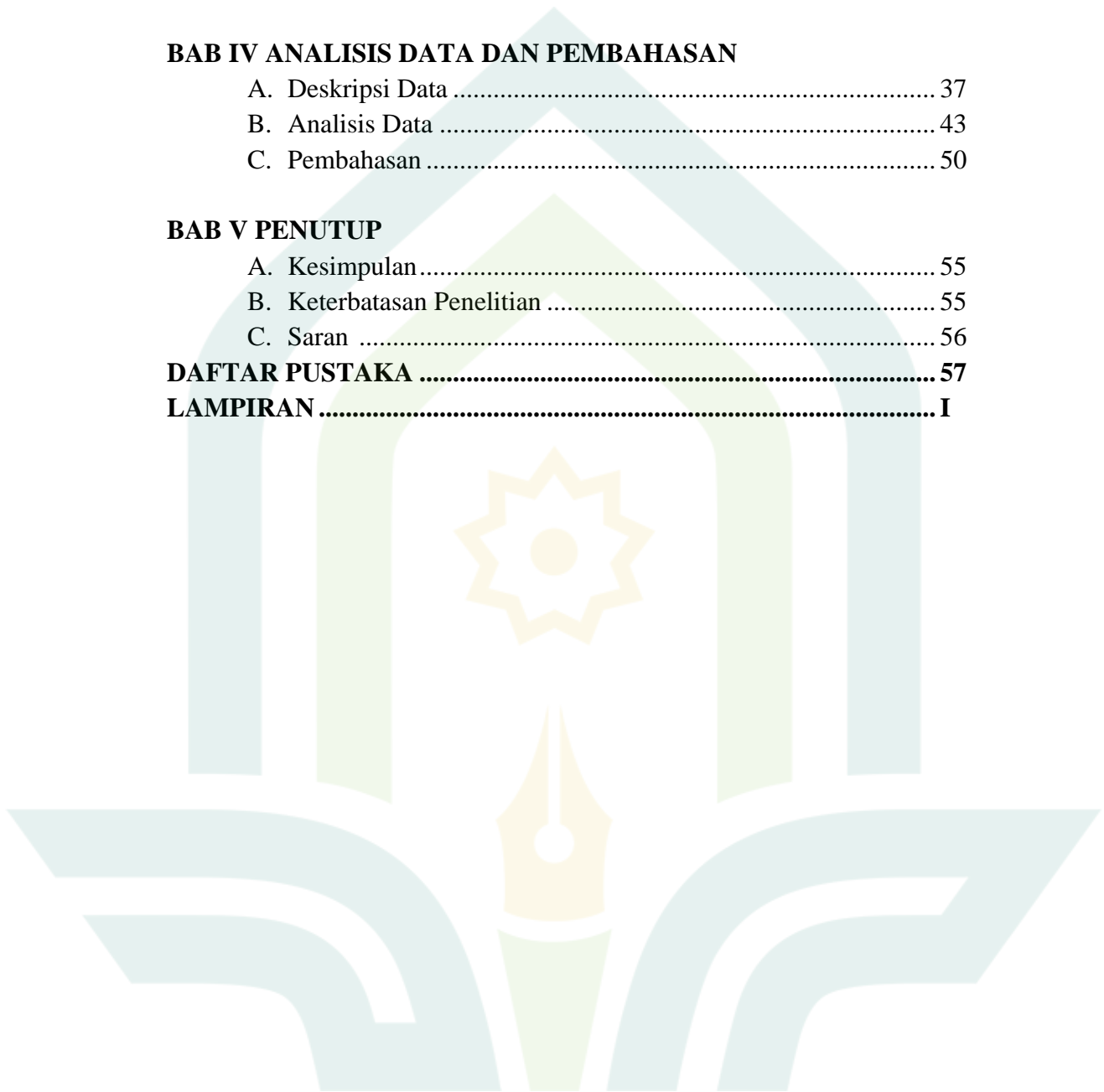
A. Deskripsi Data	37
B. Analisis Data	43
C. Pembahasan	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	55
B. Keterbatasan Penelitian	55
C. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA	57
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	I
-----------------------	----------



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini sesuai dengan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1997 dan No. 0543 b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal (tunggal dan rangkap)

Vokal bahasa Arab, seperti vocal Bahasa Indonesia yang terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - Kataba

فَعَلَ - Fa'ala

ذَكَرَ - Żukira

يَذْهَبُ - Yazhabu

سُئِلَ - Su'ila

كَيْفَ - Kaifa

هَوْلَ - Haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
و...	Hammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رمى - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3) Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	-	rauḍah al-aṭfāl	
	-	rauḍatulafāl	
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	-	al-Madīnah	al-
		Munawwarah	
	-	al-Madīnatul-Munawwarah	
طَلْحَةُ	-	talḥah	

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَلَ - nazzala

الْب - al-birr

الْحَجَّ - al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu lamun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterate-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- 3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	-	ar-rajulu
السَّيِّدُ	-	as-sayyidu
الشَّمْسُ	-	as-syamsu
القَلَمُ	-	al-qalamu
البَدِيعُ	-	al-badī'u
الْجَلَالُ	-	al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	-	ta'khuzūna
الْأَنْوَاءُ	-	an-nau'
شَيْءٌ	-	syai'un
إِنَّ	-	inna
أُمِرْتُ	-	umirtu
أَكَلٌ	-	akala

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf

Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لِلْهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almīzān
Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl
Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَىٰ آهَاءَ وَمُرْسَاهَا Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīla
Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā’a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasul

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur’ānu
Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīhil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِأَفْقِ الْمُبِينِ Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillahirabbil al-'ālamīn
Alhamdulillahirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَاصِرُونَ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحِ قَرِيْب Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأُمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amrujamī'an
Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāhabikullisyai'in 'alīm

10. Tajwid

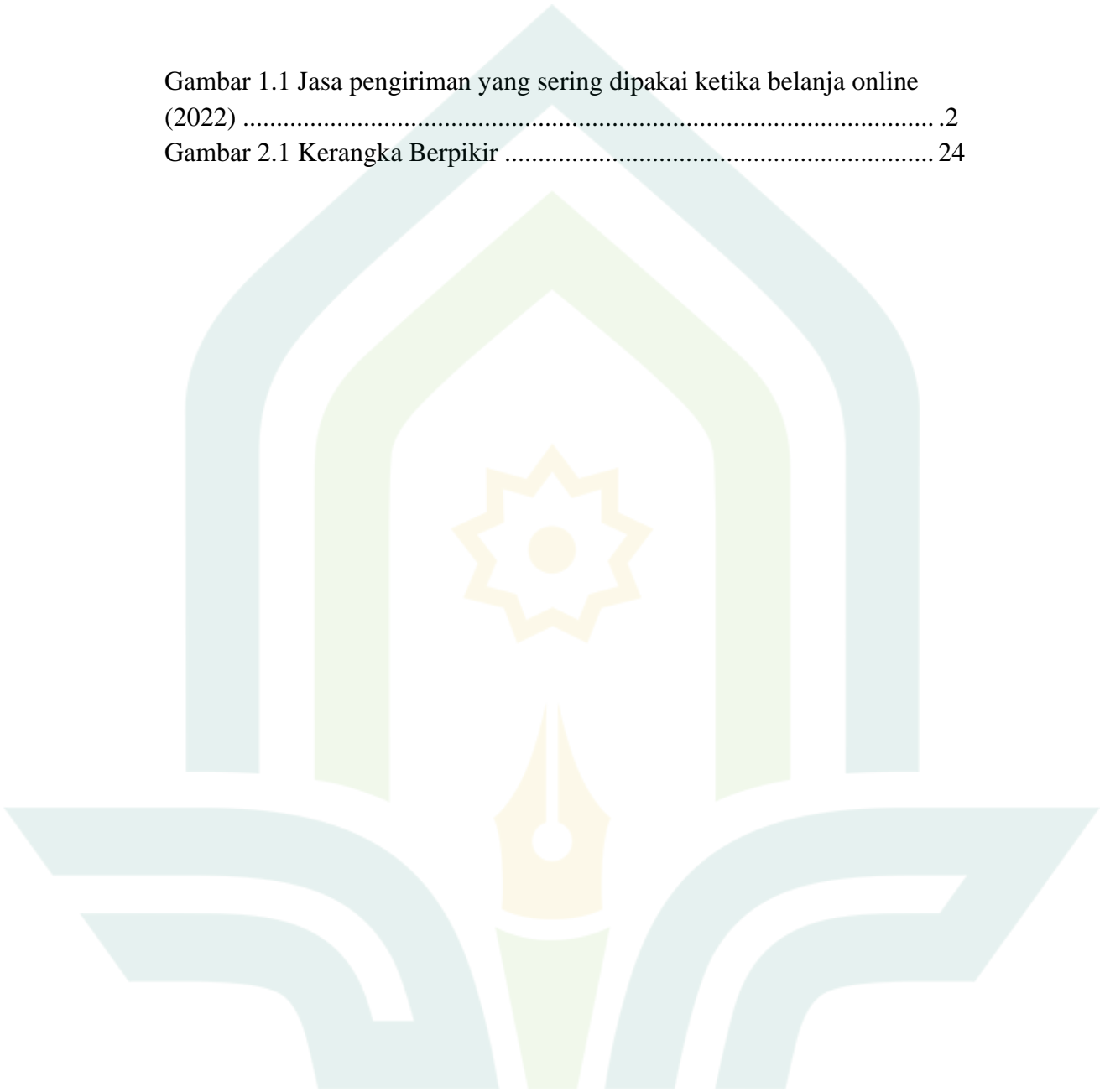
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengiriman drop point J&T Express Ambokulon (2023)	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Respdnen terhadap Variabel X1	39
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Respdnen terhadap Variabel X2.....	40
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Respdnen terhadap Variabel X3.....	41
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Respdnen terhadap Variabel X4.....	42
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Respdnen terhadap Variabel Y	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas	46
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.15 Hasil Uji T	48
Tabel 4.16 Hasil Uji F	49
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jasa pengiriman yang sering dipakai ketika belanja online (2022)	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	I
Lampiran 2. Surat telah melakukan penelitian	II
Lampiran 3. Kuesioner	III
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden.....	VII
Lampiran 5. Perhitungan SPSS	XXI
Lampiran 6. Tabel r	XXVIII
Lampiran 7. Tabel t	XXX
Lampiran 8. Tabel f	XXXI
Lampiran 9. Dokumentasi	XXXII
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup	XXXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang, terjadi kenaikan yang begitu cepat pada perusahaan jasa ekspedisi dikarenakan keberadaannya yang sangat dibutuhkan. Keberadaan perusahaan jasa ekspedisi menjadi dibutuhkan disebabkan masyarakat banyak yang merubah transaksi pembelian secara daring. bagi perusahaan jasa pengiriman, hal tersebut dapat menjadikan tantangan sekaligus peluang tersendiri. Hal tersebut dapat menjadi peluang disebabkan kemajuan bisnis pada jasa ekspedisi diperkirakan mengalami kenaikan yang sangat cepat bebarengan dengan berubahnya bisnis secara elektronik. Sedangkan menjadi tantangan bagi perusahaan jasa ekspedisi disebabkan karena ketatnya persaingan antar perusahaan jasa ekspedisi, hal tersebut disebabkan karena adanya perdagangan secara online atau e-commerce, dan konsumen mengharapkan pelayanan pada perusahaan jasa ekspedisi yang mudah, praktis serta cepat (Hendayana & Sari, 2021).

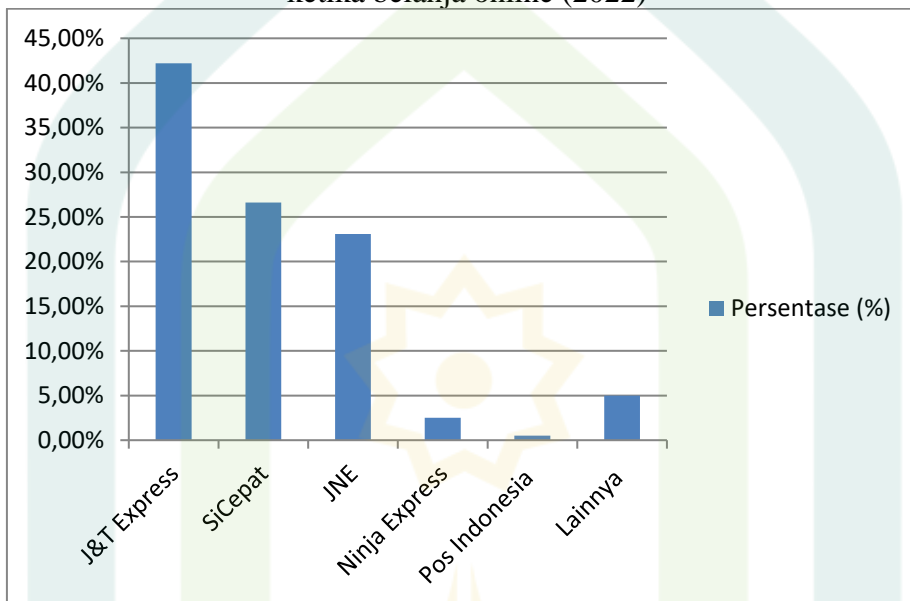
Banyaknya perusahaan jasa ekspedisi yang ada, menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan jasa tersebut. Adapun jasa ekspedisi yang hadir di Indonesia diantaranya seperti TIKI, JNE, Ninja Express, SiCepat, J&T Express, Pos Indonesia, Indah Logistik, Lion Parcel dan sebagainya.

Salah satu jasa ekspedisi yang ikut bersaing yakni J&T Express. Perusahaan ini ialah perusahaan jasa yang melayani penerimaan dan pengiriman di berbagai kota, kecamatan, serta kabupaten di Indonesia baik berupa dokumen maupun barang (Ningsih, 2022). Perusahaan ini berdiri pada tanggal 20 Agustus 2015 dibawah naungan PT. Global Jet Express, perusahaan ini mengalami kemajuan dengan cepat meski tergolong masih perusahaan yang baru. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan perusahaan ini menyediakan berbagai macam layanan pengiriman sehingga konsumen dapat memilih perusahaan ini sebagai jasa

ekspedisi baik itu barang maupun dokumen dan memuaskannya (Rofiqoh, 2022).

Pada saat berbelanja online, biasanya konsumen akan ditawarkan dengan beberapa pilihan terkait dengan jasa ekspedisi yang ingin dipakai pada saat proses pengiriman barang. Setiap perusahaan jasa pengiriman tentunya memiliki kelebihan masing-masing.

Gambar 1.1 Jasa pengiriman yang sering dipakai ketika belanja online (2022)



Sumber: Data Indonesia.id

Berdasarkan hasil survei DataIndonesia.id bahwa 42,2% memakai J&T Express sebagai jasa pengiriman dalam berbelanja secara online, sebanyak 26,6% menggunakan jasa ekspedisi SiCepat dalam berbelanja online, 23,1% menggunakan JNE kemudian 2,5% menggunakan jasa ekspedisi Ninja Express dalam berbelanja online, 0,5% menggunakan Pos Indonesia dan 5% memilih jasa ekspedisi lainnya (Widi,2022).

Guna mendapatkan pangsa pasar bisa dilakukan dengan memberikan kepuasan pada konsumen (Fauzi, 2022). Saat ini, keberhasilan pemasaran pada suatu perusahaan tak hanya dinilai

dari jumlah banyak konsumen didapatkan, akan tetapi juga bagaimana upaya untuk menjaga konsumen agar tetap bertahan (Sueni & Loebis, 2019). Kepuasan serta ketidakpuasan konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan hasil yang diterima dari jasa ataupun barang (Kasinem, 2020). Menurut Kotler & Keller dalam (Sueni & Loebis, 2019), kepuasan konsumen ialah perasaan senang maupun kecewa seseorang pada saat membandingkan produk maupun jasa yang dirasakan sesuai dengan ekspektasi. Konsumen merasa puas apabila sesuai ekspektasi, sebaliknya konsumen tidak puas jika hasilnya tidak sesuai harapan.

Kualitas pelayanan ialah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana menurut Ibrahim dan Thawil dalam (Juliani & Kawiana, 2022) kualitas pelayanan pula bisa memotivasi konsumen guna berkomitmen kepada produk dan layanan tertentu guna meningkatkan kepuasan konsumen. Selain kualitas pelayanan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mendapatkan kepuasan yakni fasilitas (Tjiptono, 2016). Menurut (Tjiptono & Chandra, 2011) fasilitas ialah sumber daya fisik yang wajib tersedia sebelum layanan diberikan kepada konsumen.

Kepercayaan juga berhubungan dengan kepuasan konsumen, makin meningkat kepercayaan konsumen maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat (Kasinem, 2020). Informasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada sebuah produk atau layanan jasa, hal ini disebabkan pengalaman yang terbentuk dalam ingatan konsumen tentang suatu jasa bisa membantu rasa percaya seseorang. Pada situasi ini unsur kepercayaan jadi faktor kunci untuk perusahaan guna memenangkan persaingan, begitu pula sebaliknya (Kasinem, 2020).

Selain itu, faktor lainnya yaitu citra merek, citra merek ialah apa yang diingat konsumen tentang sebuah merek tertentu (Masfufah & Soebiantoro, 2021). Menurut Kotler dan Keller dalam citra merek yakni persepsi dan kepercayaan yang dipegang konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam di memori pelanggan, hal pertama yang senantiasa mereka ingat saat

mendengar slogan serta tertanam dihati konsumen. makin kuat brand image sebuah merek, maka konsumen semakin mengenal merek itu.

Salah satu jasa ekspedisi di Indonesia yang ikut bersaing dengan jasa ekspedisi lainnya yaitu J&T Express. Perusahaan ini sudah banyak memperoleh berbagai prestasi. menurut sumber dari wartajakarta.com, pada tahun 2018 & 2019 perusahaan ini sudah memperoleh 2 penghargaan Top Brand Award dalam 2 tahun secara berturut-turut, prestasi itu bebarengan dengan peningkatan presentase yang cukup signifikan yakni dari 13,9% menjadi 20,3%. Perusahaan ini juga berhasil memperoleh tiga penghargaan Indonesia *Most Engange Delivery Service Brand 2021* (Rofiqoh, 2022). Adanya fenomena tersebut membuat tugas bagi perusahaan ini sendiri agar tidak menyepelkan tentang bagaimana cara untuk mempertahankan prestasi, sebab jika perusahaan ini lalai, tidak adanya usaha dan terobosan yang baru, tidak menutup kemungkinan prestasi serta posisi yang sudah diraihnya dapat bergeser sewaktu-waktu. Perusahaan ini dapat di posisi unggul tidak bisa terlepas dari kerja keras yang sudah dilakukan. Dan kerja keras tersebut yaitu upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen (Rofiqoh, 2022).

J&T Express sudah tersebar luas di Indonesia, salah satu cabang J&T Express yaitu di Ambokulon. Alamat J&T Express Ambokulon sendiri berada di Jl. Raya Ambokulon, Dusun II, Ambokulon, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang. J&T Express di Ambokulon Pematang melayani konsumen dalam melakukan pengiriman baik barang maupun dokumen. Berikut adalah jumlah pengiriman drop point J&T Express Ambokulon Pematang dari bulan Januari-Juni pada tahun 2023.

Tabel 1.1 Jumlah Pengiriman
Drop Point J&T Express Ambokulon (2023)

TAHUN	BULAN	JUMLAH
2023	Januari	13.281
	Februari	131.212

	Maret	170.164
	April	331.091
	Mei	111.727
	Juni	134.261

Sumber: *J&T Express Ambokulon Pemalang*

Berdasarkan tabel diatas bisa dijelaskan bahwa data pengiriman drop point pada pelanggan J&T Express Ambokulon Pemalang terkadang terjadi peningkatan dan penurunan konsumen. Hal tersebut dapat dilihat pada bulan Januari hingga April yang mengalami peningkatan, sedangkan April dan Mei data pengiriman di J&T Express mengalami penurunan. Dengan adanya fenomena tersebut, maka pihak J&T Express Ambokulon perlu memperhatikan lagi tentang kepuasan konsumen.

Merujuk pada riset terdahulu milik (Desafitri et al., 2022) dimana disebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan riset milik (Fatmawati et al., 2023) mendapatkan hasil bahwasannya kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian dalam riset (Utami, 2020) disebutkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rutjuhan & Ismunandar, 2020) diperoleh hasil bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada riset (Azurah, 2021) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan riset milik (Meida et al., 2022) mendapatkan hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya dalam riset (Sutrisna & Putri, 2023) menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan riset yang dilakukan oleh (Safitri, 2019) disebutkan bahwa bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat fenomena fluktuatif dan terdapat perbedaan hasil penulisan pada peneliti

terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express (Studi Kasus Pada J&T Express Ambokulon Pemalang)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam riset ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang?
5. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang?

C. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini dilakukan agar pembahasan lebih fokus serta tidak terlalu luas. Berikut ini batasan penelitian:

1. Objek penelitian merupakan konsumen J&T Express yang sudah pernah melakukan pengiriman di J&T Express Ambokulon Pemalang.
2. Variabel yang diteliti pada riset ini yakni kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek serta kepuasan konsumen.
3. Peneliti mendapatkan data dari hasil penyebaran kuesioner yang diisi konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan, maka riset ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Ambokulon Pemalang.

- b. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Ambokulon Pemalang.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang.
 - d. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang.
 - e. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen J&T Express Ambokulon Pemalang.
2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bisa digunakan oleh pembaca, penulis serta pihak lainnya yang bersangkutan, terutama yang berhubungan dengan kepuasan konsumen sebagai informasi tambahan terkait pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

Riset yang telah dibuat bisa dipergunakan sebagai bahan referensi guna informasi selanjutnya pada saat melakukan riset, baik guna riset yang akan datang atau berkelanjutan. Serta untuk menambah informasi dan pengetahuan supaya bisa memahami tentang kepuasan konsumen.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori, telaah pustaka, hipotesis dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE RISET

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik

pengambilan sampel, instrument penelitian dan teknik pengumpulan data serta metode pengumpulan data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, gambaran umum responden, distribusi jawaban responden, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang diperoleh serta melalui proses pengolahan serta pembahasan terkait pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di J&T Express Ambokulon Pematang, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas pelayanan mempunyai $t_{hitung} (2.058) > t_{tabel} (1,986)$ serta nilai signifikan $0,042 < 0,05$ maka H_a diterima, sehingga kualitas pelayanan memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel fasilitas mempunyai $t_{hitung} (0,535) < t_{tabel} (1,986)$ serta nilai signifikan $0,594 > 0,05$ maka H_a ditolak, sehingga fasilitas tidak memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji t variabel kepercayaan mempunyai $t_{hitung} (0,563) < t_{tabel} (1,986)$ serta nilai signifikan $0,575 > 0,05$ maka H_a ditolak, sehingga kepercayaan tidak memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji t variabel citra merek mempunyai $t_{hitung} (2.186) > t_{tabel} (1,986)$ serta nilai signifikan $0,031 < 0,05$ maka H_a diterima, sehingga citra merek memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5. Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil yaitu $F_{hitung} (13,166) > F_{tabel} (2,47)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Riset ini mempunyai beberapa batasan, yakni:

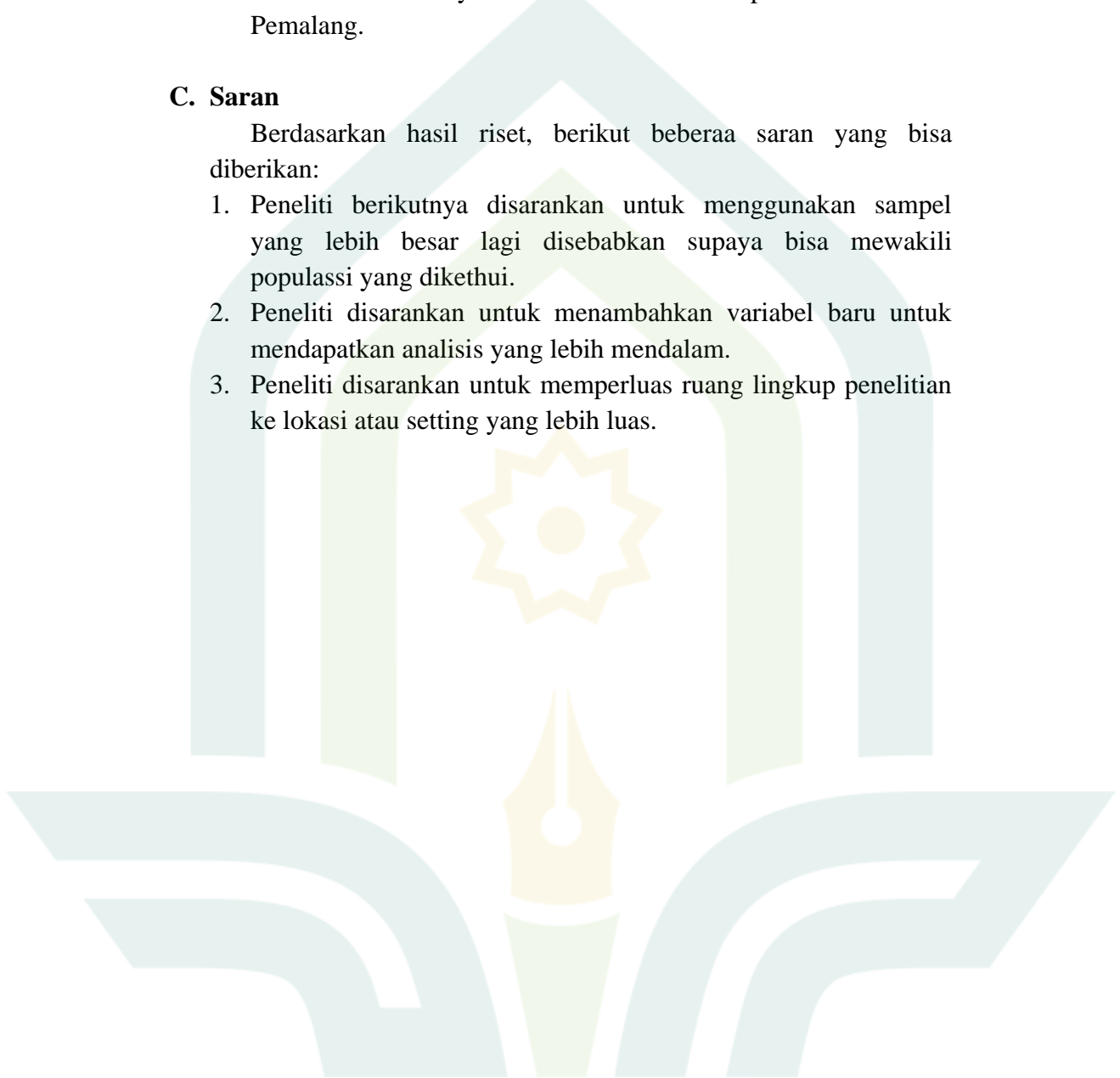
1. Jumlah Responden terbatas yaitu 96 orang, dan waktu yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data cukup lama.

2. Riset ini hanya mempergunakan empat variabel independen yakni kualitas pelayanan, fasilitas, kepercayaan dan citra merek.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di J&T Express Ambokulon Pemalang.

C. Saran

Berdasarkan hasil riset, berikut beberaa saran yang bisa diberikan:

1. Peneliti berikutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar lagi disebabkan supaya bisa mewakili populasi yang dikethui.
2. Peneliti disarankan untuk menambahkan variabel baru untuk mendapatkan analisis yang lebih mendalam.
3. Peneliti disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian ke lokasi atau setting yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., Nasution, M. I., & Oktriawan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Muttaqien*, 3(2).
- Agustina, B., Bastian, A. F., & Sukaesih, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Express Karawaci Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(2).
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little a Caffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Admnistrasi Bisnis (JAB)*, 51(2).
- Azurah, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Ekspedisi Titipan Kilat (Studi Kasus Pada Cabang PT. Tiki Kec. Medan Kota)*. Universitas Medan Area.
- Budiastati, S., Hartati, S., & Suseno. (2022). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Kasus Perusahaan Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Amanu: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1).
- Desafitri, L., Irfal, & Justin, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Uptown Brew, Greenlake City, Tangerang. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3).
- Eldawati, S., Bakkareng, & Delvianti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus Pada CV. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Matua*, 4(1).
- Emmywati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(03).

- Fatimah. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Rajawali Jaya Sakti Kontrindo di Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Fatmawati, Nur, Y., & Mariah. (2023). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros - Makassar). *MANUVER: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3).
- Fauzi, F. C. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Blanco Coffee Kota Medan*. Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Fermayani, R., Egim, A. S., & Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada PT. Yamaha Tjahaja Baru). *Jurnal Ecogen*, 4(3).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. BPF Universitas Diponegoro.
- Hartiti, Z., Asmeri, R., & Afrizoni, H. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Siteba Padang. *Jurnal Matua*, 4.
- Hendayana, Y., & Sari, A. M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna JNE Express Pondok Gede. *Mediastima*, 27(2), 153–169.
- Juliani, N. P., & Kawiana, I. G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1).
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Sarelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4).
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT Indeks.
- Lenggana, F. M. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Z'dulur Coffe &

- Pool Kab. Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11).
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1).
- Mardizal, I. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Golden Futsal (Studi Kasus Seluruh Pelanggan Golden Futsal Jl. Dr. Sutomo No. 1 Simpang Haru Padang)*. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2).
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Nalim, Y., & Salafudin. (2012). *Statistik Deskriptif*. STAIN Pekalongan Press.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2).
- Neliwati. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori Dan Praktek)*. CV. Widya Puspita.
- Ningsih, N. D. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa J&T Express (Studi pada Pelanggan J&T Express Cabang Gempol Pasuruan)*. Universitas Islam Malang.
- Pane, A. M. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Zona Futsal*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Peneitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widyagama

Press.

- Prakoso, D. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi*. Universitas Medan Area.
- Prasetya, W., & Yulius, C. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang: Studi Pada Produk Eatlah. *Jurnal Teknologi*, 11(2).
- Pratiwi, M. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Instagram Famys Hijab*. Universitas Islam Riau.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10.
- Rofiqoh, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express (Studi Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2018)*. Universitas Islam Malang.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Rutjuhan, A., & Ismunandar. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Jurnal PAMATOR*, 13(1).
- Safitri, N. A. E. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pengiriman Pada Kantor Cabang (Drop Point) J&T Express di Jember*. Universitas Jember.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.

- Sani, D. F. (2021). *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Kota Padangsidimpuan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan SPSS*. Kencana.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen, Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sueni, I., & Loebis, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Express Blangkejeren. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2).
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sulaksana, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan - Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sutrisna, E., & Putri, B. C. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Kota Batam. *Journal on Education*, 05(03).
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Bobby Digital Center.

- Tauha, L. O. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pemanduan PT Bias Delta Pratama*. Universitas Putera Batam.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality dan Satisfaction*. Penerbit Andi.
- Tohirin, A. (2021). *Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King's Matador Majenang)*. Universitas Islam Negeri (UIN) Profesor.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Utami, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Pada Hotel Grand Meranti Selatpanjang*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Widyaningrum, I. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat*. *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(XX).
- Yulianti. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Papa Ong di Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Widi, S. (2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/sederet-jasa-ekspedisi-belanja-online-favorit-konsumen-indonesia>.