

**Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap
Kepuasan Konsumen
(Studi Kasus Jasa Pengiriman Barang di J&T Express dan JNE di Surabaya)**

Dwi Cahya Lestari

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstract

The reserach method used is quantitative research with comparative types. Comparative research is research that is used to compare two or more groups of a particular variable. By using a research instrument in the form of a questionnaire. This study aims to determine differences in service quality and consumer trust in consumer satisfaction at J&T Express and JNE. The population in this study are all consumer who use J&T Express and JNE shipping services. The sample in this study was that consumers in J&T Express and JNE totaled 100 people, divided into two groups, namely J&T Express 50 respondents and JNE 50 respondents.

The results showed that there were differences in service quality and consumer trust in consumer satisfaction at J&T Express and JNE. On the variable service quality get positive and significant results so that there are differences. In the variable consumer trust gets positive and significant results so that there are differences. On the variable consumer satisfaction gets positive and significant results.

Keywords : *comparative analysis, service quality, J&T Express, consumer trust, JNE*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin meningkat sebanding dengan meningkatnya permintaan masyarakat indonesia terhadap produk dalam memenuhi kebutuhan salah satunya kebutuhan masyarakat atas layanan pengiriman barang. Adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap perusahaan menimbulkan persaingan yang sangat ketat untuk saling berlomba dalam menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan bersaing. Kondisi tersebut dapat dilihat dari ketatnya persaingan layanan, harga dan promosi yang ditawarkan berbagai perusahaan. Dengan banyaknya berbagai perusahaan jasa pengiriman barang menuntut setiap perusahaan untuk selalu memberikan layanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan bagi konsumen. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan ditengah maraknya persaingan perusahaan jasa pengiriman barang maka perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Sehingga dengan persaingan yang terjadi perusahaan jasa pengiriman barang dapat tetap mempertahankan keberadaannya.

Ada perbedaan layanan jasa pengiriman barang J&T Express dan JNE. Keduanya memiliki keunggulan masing-masing. J&T Express memiliki keunggulan yaitu pengiriman atau pengantaran paket lebih terjadwal dan jelas sehingga konsumen dapat mengetahui keberadaan dan proses pengiriman barang serta beroperasi setiap hari. Sedangkan JNE memiliki keunggulan dimana memiliki banyak jenis layanan pengiriman seperti OKE (Ongkos Kirim Ekonomis), REG (Reguler), YES (Yakin Esok Sampai) dan lain sebagainya.

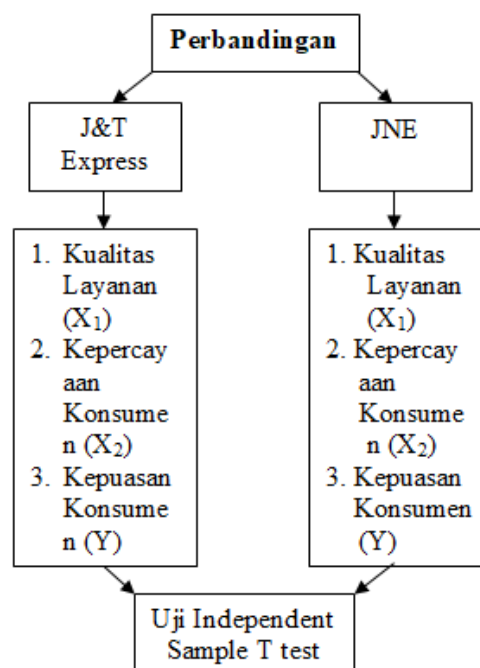
Baik J&T Express maupun JNE sama-sama memiliki varian layanan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumennya.

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah diuraikan diatas, dalam penelitian ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Komparatif tingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen antara Jasa Pengiriman Barang J&T Express dan JNE di Surabaya”**.

KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

a. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti yang digambarkan pada skema gambar ini :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : data primer (diolah oleh penulis) 2020

Pada skema diatas menggambarkan perbandingan dari kedua jasa pengiriman barang yaitu J&T Express dan JNE pada variabel Kualitas Layanan (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan Uji *Independent Sample T test*.

b. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis Pertama :

- Ha : ada perbedaan yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE.
- Ho : tidak ada perbedaan yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE.

Hipotesis Kedua :

- Ha : ada perbedaan yang signifikan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE.
- Ho : tidak ada perbedaan yang signifikan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE.

METODE PENELITIAN

a. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian komparatif. Penelitian komparatif adalah penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu. Dimana peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE.

b. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua atau seluruh konsumen yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express dan JNE.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen di J&T Express dan JNE berjumlah 100 orang yang dibagi menjadi dua yaitu responden J&T Express 50 orang dan responden JNE 50 orang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling nonprobability sampling*. Metode yang digunakan untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling* karena peneliti memilih responden pada layanan pengiriman barang J&T Express dan JNE berdasarkan kebetulan.

c. Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Pengukuran Penelitian

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X_1) dan Kepercayaan Konsumen (X_2) dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Pada penelitian tersebut peneliti menggunakan skala Likert dengan menggunakan angket atau kuesioner.

Angket yang dipilih adalah model skala likert yang terdiri atas pernyataan-pernyataan positif atau negatif. Untuk setiap pertanyaan disediakan lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut :

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
2. Jawaban Setuju (S) diberi skor 4

3. Jawaban Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

d. Uji Analisis Data

Independent Sample T test

Uji *Independent Sample T test* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Jika ada perbedaan maka rata-rata mana yang lebih tinggi. Sebelum dilakukan uji kesamaan varian (homogenitas) dengan *F test (Levene's test)*, artinya jika varian sama maka menggunakan *equal variance assumed* (diasumsikan varian berbeda) (Prayitno, 2010: 35).

Langkah-langkah Uji F (Prayitno, 2010: 35) :

- a. Menentukan Hipotesis
 - Ho : kedua varian adalah sama
(varian kelompok 1 dan kelompok 2 adalah sama).
 - Ha : kedua varian adalah berbeda
(varian kelompok 1 dan kelompok 2 adalah berbeda).
- b. Kriteria pengujian (berdasarkan signifikansi)
 - Ho diterima jika signifikansi $> 0,05$
 - Ha ditolak jika signifikansi $< 0,05$

Setelah melakukan tahap uji kesamaan varian (homogenitas) dengan *F test* dapat diketahui variabel yang memiliki varian yang sama atau berbeda. Uji *T test (independent sample t test)* dapat dilakukan dengan menggunakan asumsi dari hasil uji *F test (Levene's Test)*, dengan menggunakan *Equal variances assumed* dan *equal variances not assumed*. *Independent Sample T test* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang tidak berhubungan (Santoso dalam Prayitno, 2010: 35).

DEFINISI KONSEP DAN OPERASIONAL

Definisi Konsep

1. Kualitas Layanan (X_1)

Menurut Valeria A Zeithaml (2001: 9) "*Service quality, as perceived by customer can be defined as the extent of discrepancy between customer's expectations or desires and their perception*". Definisi tersebut menjelaskan bahwa kualitas layanan yang dipersepsikan oleh konsumen dapat didefinisikan sebagai luasnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan apa yang dirasakan.

2. Kepercayaan Konsumen (X_2)

Kepercayaan konsumen (*consumer beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen dan Minor, 2002 : 312).

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kotler dalam (Hamdani, 2006: 191) kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan diharapkan.

Definisi Operasional

Kualitas Layanan (X₁)

1. Bukti Fisik (*tangibles*).
2. Reliabilitas/Keandalan (*reliability*).
3. Daya Tanggap (*responsiviness*).
4. Jaminan (*assurance*).
5. Empati (*empathy*).

Kepercayaan Konsumen (X₂)

1. Integritas (*integrity*).
2. Kebajikan (*benevolence*).
3. Kompetensi (*competence*).

Kepuasan Konsumen (Y)

1. Kepuasan konsumen keseluruhan (*overal customer*).
2. Dimensi kepuasan konsumen.
3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*).
4. Minat pembelian ulang.
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willigness to recommended*).
6. Ketidakpuasan konsumen.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden Jasa Pengiriman Barang berdasarkan Jenis Kelamin

Menunjukkan bahwa karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, yaitu responden laki-laki J&T Express berjumlah 11 orang dengan prosentase sebanyak 22% dan responden perempuan berjumlah 39 orang dengan prosentase sebanyak 78% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sedangkan pada responden JNE dimana responden laki-laki berjumlah 13 orang dengan prosentase sebanyak 26% dan responden perempuan sebanyak 74% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki pada kedua jasa pengiriman barang tersebut.

b. Karakteristik Responden Jasa Pengiriman Barang berdasarkan Usia

Menunjukkan bahwa karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan usia, yaitu responden J&T Express dengan rentang usia <20 tahun berjumlah 9 orang dengan prosentase sebanyak 18%, responden dengan rentang usia antara 20-30 tahun berjumlah 40 orang dengan prosentase sebanyak 80% dan responden dengan rentang usia antara 31-40 tahun berjumlah 1 orang dengan prosentase sebanyak 2% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sedangkan pada responden JNE dimana responden dengan rentang usia <20 tahun berjumlah 8 orang dengan prosentase sebanyak 16%, responden dengan rentang usia antara 20-30 tahun berjumlah 41 orang

dengan prosentase sebanyak 82% dan responden dengan rentang usia antara 31-40 tahun berjumlah 1 orang dengan prosentase sebanyak 2% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada kedua jasa pengiriman barang tersebut dengan rentang usia antara 20-30 tahun.

c. Karakteristik Responden Jasa Pengiriman Barang berdasarkan Pekerjaan

Menunjukkan bahwa karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan, yaitu responden J&T Express yang bekerja sebagai Karyawan Swasta berjumlah 13 orang dengan prosentase sebanyak 26%, responden yang bekerja sebagai Pengusaha berjumlah 4 orang dengan prosentase sebanyak 8% dan responden yang masih berstatus sebagai Pelajar atau Mahasiswa berjumlah 33 orang dengan prosentase sebanyak 66% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sedangkan pada responden JNE dimana responden yang bekerja sebagai Karyawan Swasta berjumlah 17 orang dengan prosentase sebanyak 34%, responden yang bekerja sebagai Pengusaha berjumlah 3 orang dengan prosentase sebanyak 6%, responden yang masih berstatus sebagai Pelajar atau Mahasiswa berjumlah 28 orang dengan prosentase sebanyak 56% dan responden yang bekerja Lainnya selain yang disebutkan diatas berjumlah 2 orang dengan prosentase sebanyak 4% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada kedua jasa pengiriman barang tersebut berstatus sebagai Pelajar atau Mahasiswa.

d. Karakteristik Responden Jasa Pengiriman Barang berdasarkan Pendapatan

Menunjukkan bahwa karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan tingkat pendapatan per bulan, yaitu responden J&T Express dengan pendapatan <Rp. 1.000.000 berjumlah 23 orang dengan prosentase sebanyak 46%, responden dengan pendapatan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 20 orang dengan prosentase sebanyak 40%, responden dengan pendapatan antara Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 berjumlah 5 orang dengan prosentase sebanyak 10% dan responden dengan pendapatan >Rp. 5.000.000 berjumlah 2 orang dengan prosentase sebanyak 4% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sedangkan pada responden JNE dimana responden dengan pendapatan <Rp. 1.000.000 berjumlah 29 orang dengan prosentase sebanyak 58%, responden dengan pendapatan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 12 orang dengan prosentase sebanyak 24%, responden dengan pendapatan antara Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 berjumlah 7 orang dengan prosentase sebanyak 14% dan responden dengan pendapatan >Rp. 5.000.000 berjumlah 2 orang dengan prosentase sebanyak 4% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada kedua jasa pengiriman barang tersebut dengan pendapatan per bulan <Rp. 1.000.000.

e. Karakteristik Responden Jasa Pengiriman Barang berdasarkan Frekuensi Pembelian

Menunjukkan bahwa karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan frekuensi pembelian, yaitu responden J&T Express menggunakan jasa layanan pengiriman barang <3 kali berjumlah 13 orang dengan prosentase sebanyak 26%, responden yang menggunakan jasa layanan pengiriman barang antara 3-6 kali berjumlah 13 orang dengan prosentase sebanyak 26% dan responden yang menggunakan jasa layanan pengiriman barang >6 kali berjumlah 24 orang dengan prosentase sebanyak 48% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sedangkan

pada responden JNE dimana responden yang menggunakan jasa layanan pengiriman barang <3 kali berjumlah 21 orang dengan prosentase sebanyak 42%, responden yang menggunakan jasa layanan pengiriman barang antara 3-6 kali berjumlah 13 orang dengan prosentase sebanyak 26% dan responden yang menggunakan jasa layanan pengiriman barang >6 kali berjumlah 16 orang dengan prosentase sebanyak 32% dari seluruh responden yang berjumlah 50 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden J&T Express melakukan pembelian >6 kali, namun untuk responden JNE mayoritas melakukan pembelian <3 kali.

f. Rekapitulasi Nilai Responden

Tabel 1 Rekapitulasi Nilai Responden berdasarkan indikator

Variabel	No.	Pernyataan Sikap Responden	J&T Express	JNE
			Mean	Mean
Kualitas Layanan (X ₁)	1.	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	4,10	-
	2.	Jaminan (<i>assurance</i>)	4,10	3,74
Kepercayaan Konsumen (X ₂)	1.	Integritas (<i>integrity</i>)	-	3,78
	2.	Kebaikan (<i>benevolence</i>)	4,16	-
Variabel	No.	Pernyataan Sikap Responden	J&T Express	JNE
Kepuasan Konsumen (Y)	1.	Kesediaan untuk merekomendasikan (<i>wiilgness to recommendation</i>)	Mean	Mean
			4,14	3,72

Sumber : data primer (diolah oleh penulis) 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi nilai responden berdasarkan indikator, variabel kualitas layanan di J&T Express berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Responden J&T Express setuju bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai total skor sebanyak 193 sedangkan JNE memiliki nilai total skor sebanyak 133. Nilai mean J&T Express berada pada angka 4,10 sedangkan JNE berada pada angka 3,74. Kualitas layanan J&T Express ditentukan oleh indikator bukti fisik (*tangibles*) dan jaminan (*assurance*) sedangkan JNE ditentukan oleh indikator jaminan (*assurance*). Selanjutnya pada variabel kepercayaan konsumen, kepercayaan konsumen di J&T Express berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Responden J&T Express setuju bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai total skor sebanyak 194 sedangkan JNE memiliki nilai total skor sebanyak 156. Nilai mean J&T Express berada pada angka 4,16 sedangkan JNE berada pada angka 3,78. Kepercayaan konsumen J&T Express ditentukan oleh indikator kebaikan (*benevolence*) sedangkan JNE ditentukan oleh indikator integritas (*integrity*). Dengan variabel kepuasan konsumen keduanya memiliki kebutuhan dan keinginan akan suatu produk yang telah terpenuhi sehingga timbul kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE. Dengan demikian, konsumen bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.

g. Analisis Data

Uji *Independent Sample T test*

Uji *Independent Sample T test* digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen antara jasa pengiriman barang J&T Express dan JNE. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 2 Hasil Uji *Group Statistics*

Group Statistics					
	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas	J&T	50	3.7400	.72309	.10226
	JNE	50	3.2400	.77090	.10902
Kepercayaan	J&T	50	3.7400	.69429	.09819
	JNE	50	3.3600	.66271	.09372
Kepuasan	J&T	50	3.7200	.67128	.09493
	JNE	50	3.2200	.88733	.12549

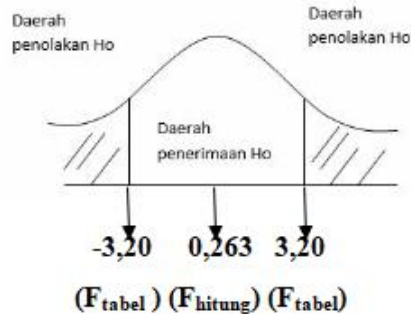
Sumber : data primer (diolah oleh penulis) 2020

Berdasarkan hasil uji *group statistics*, menunjukkan banyaknya data kualitas layanan pada J&T Express berjumlah 50 orang dan JNE berjumlah 50 orang. Rata-rata penilaian kualitas layanan di J&T Express adalah 3,74 sedangkan JNE adalah 3,24. Standar deviasi J&T Express adalah 0,723 sedangkan JNE adalah 0,770. *Standar error mean* J&T Express adalah 0,102 sedangkan JNE adalah 0,109. Kemudian untuk kepercayaan konsumen pada J&T Express berjumlah 50 orang dan JNE berjumlah 50 orang. Rata-rata penilaian kepercayaan konsumen J&T Express adalah 3,74 sedangkan JNE adalah 3,36. Standar deviasi J&T Express adalah 0,694 sedangkan JNE adalah 0,662. *Standar error mean* J&T Express adalah 0,098 sedangkan JNE adalah 0,093. Selanjutnya, untuk kepuasan konsumen pada J&T Express berjumlah 50 orang dan JNE berjumlah 50 orang. Rata-rata penilaian kepuasan konsumen J&T Express adalah 3,72 sedangkan JNE adalah 3,22. Standar deviasi J&T Express adalah 0,671 sedangkan JNE adalah 0,887. *Standar error mean* J&T Express adalah 0,094 sedangkan JNE adalah 0,125.

Tabel 3 Hasil Uji *Independent Sample T test*

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kualitas	Equal variances assumed	.263	.610	3.345	98	.001	.50000	.14948	.20337	.79663
	Equal variances not assumed			3.345	97.601	.001	.50000	.14948	.20336	.79664
Kepercayaan	Equal variances assumed	.008	.929	2.800	98	.006	.38000	.13574	.11063	.64937
	Equal variances not assumed			2.800	97.788	.006	.38000	.13574	.11063	.64937
Kepuasan	Equal variances assumed	2.560	.113	3.178	98	.002	.50000	.15735	.18774	.81226
	Equal variances not assumed			3.178	91.249	.002	.50000	.15735	.18745	.81255

Sumber : SPSS 16.0 for Windows



Gambar 2 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Sumber : data primer (diolah oleh penulis) 2020

a. Uji Kesamaan Varian

Berdasarkan tabel uji kesamaan varian, seluruh sampel masing-masing sebanyak 50 dengan total responden yang berjumlah 100. Uji beda 2 rata-rata (*Independent Sample T test*) digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen antara jasa pengiriman barang di J&T Express dan JNE. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Sebelum uji beda 2 rata-rata dilakukan, uji F (uji homogen) perlu dilakukan terlebih dahulu. Jika varian sama, maka uji T menggunakan *Equal Variance Assumed* (diasumsikan varian sama) dan jika varian berbeda menggunakan *Equal Variance Not Assumed* (diasumsikan varian berbeda). Diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,20. Berdasarkan

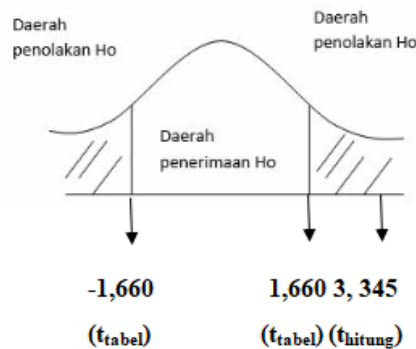
Levene's Test for Equality of Variance pada variabel Kualitas Layanan (X_1) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 0,263 dan nilai signifikan 0,610 sehingga signifikansi $0,610 > 0,05$ maka H_0 diterima. Selanjutnya pada variabel Kepercayaan Konsumen (X_2) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 0,008 dan nilai signifikan 0,929 sehingga signifikansi $0,929 > 0,05$ maka H_0 diterima. Kemudian pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai F_{hitung} sebesar 2,560 dan nilai signifikan 0,113 sehingga signifikansi $0,113 > 0,05$ maka H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kelompok data kepuasan konsumen antara J&T Express dan JNE memiliki varian yang sama. oleh karena itu, uji T (*Independent Sample T test*) dalam penelitian ini menggunakan *Equal Variance Assumed*.

b. Uji Beda

Berdasarkan hasil uji kesamaan varian, seluruh varian yang diuji memiliki kesamaan varian sehingga dapat dilakukan uji T (uji beda) pada variabel kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Maka dilakukan uji beda untuk masing-masing variabel :

1. Uji beda variabel Kualitas Layanan (X_1)

Berdasarkan tabel variabel Kualitas Layanan (X_1), memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,345 dengan nilai signifikan 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,345 > 1,660$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan kualitas layanan antara J&T Express dan JNE dalam merasakan kepuasan layanan. Pada nilai t_{hitung} hasilnya positif yang artinya jika variabel kualitas layanan naik maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang juga akan naik.



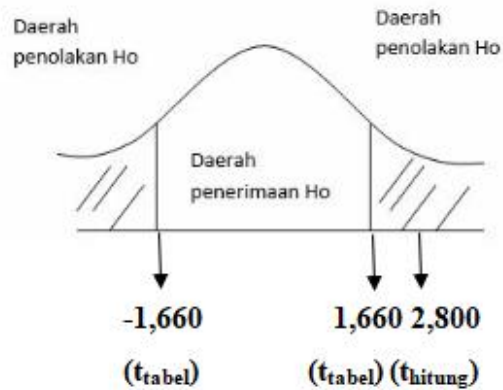
Gambar 3 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Sumber : data primer (diolah oleh penulis) 2020

2. Uji beda variabel Kepercayaan Konsumen (X_2)

Berdasarkan tabel variabel Kepercayaan Konsumen (X_2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,800 dengan nilai signifikan 0,006. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,800 > 1,660$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan kepercayaan

konsumen antara J&T Express dan JNE dalam merasakan kepuasan layanan. Pada nilai t_{hitung} hasilnya positif yang artinya jika variabel kepercayaan konsumen naik maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang juga akan naik.

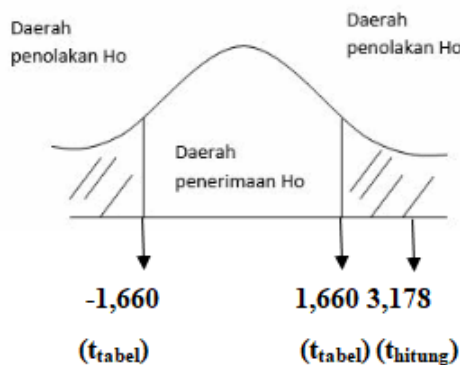


Gambar 4 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Sumber : data primer (doleh oleh penulis) 2020

3. Uji beda variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,178 dengan nilai signifikan 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,178 > 1,660$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan kepuasan konsumen antara J&T Express dan JNE.



Gambar 5 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Sumber : data primer (doleh oleh penulis) 2020

h. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE.

Dari 100 sampel yang tersebar masing-masing 50 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden perempuan yang terbanyak dalam menggunakan jasa pengiriman barang dimana responden J&T Express sebanyak 78% dan JNE sebanyak 74%. Berdasarkan usia, pada rentang usia 20-30 tahun yang paling mendominasi sebanyak 80% dari J&T Express dan 82% dari JNE. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas berstatus sebagai Pelajar atau Mahasiswa sebanyak 66% dari J&T Express dan 56% dari JNE. Berdasarkan pendapatan per bulan, mayoritas responden dengan pendapatan sebesar <Rp. 1.000.000 sebanyak 46% dari J&T Express dan 58% dari JNE. Jika berdasarkan frekuensi pembelian, bahwa J&T Express memberikan prosentase paling tinggi dengan melakukan pembelian >6 kali sebanyak 48% sedangkan JNE melakukan pembelian <3 kali sebanyak 32%.

Dari hasil deskripsi tabel Nilai Rekapitulasi Jawaban Responden J&T Express dan JNE. Disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Kepercayaan Konsumen (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di J&T Express dan JNE dimana ada perbedaan indikator Kualitas Layanan (X_1) yang mempengaruhi dalam merasakan Kepuasan Konsumen di J&T Express dan JNE. Variabel Kualitas Layanan sebagian besar responden merasakan Kepuasan Konsumen di J&T Express pada indikator bukti fisik (*tangibles*) dan jaminan (*assurance*) dengan nilai mean tertinggi berada dalam kategori Setuju sedangkan responden JNE pada indikator jaminan (*assurance*) dengan nilai mean tertinggi berada dalam kategori Setuju. Selanjutnya pada variabel Kepercayaan Konsumen (X_2) dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan indikator Kepercayaan Konsumen yang mempengaruhi dalam merasakan Kepuasan Konsumen di J&T Express dan JNE. Variabel Kepercayaan Konsumen sebagian besar responden merasakan Kepuasan Konsumen di J&T Express pada indikator kebaikan (*benevolence*) dengan nilai mean tertinggi berada dalam kategori Setuju sedangkan responden JNE pada indikator integritas (*integrity*) dengan nilai mean tertinggi berada dalam kategori Setuju. Kemudian pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) dapat disimpulkan bahwa indikator yang mempengaruhi dalam merasakan Kepuasan Konsumen di J&T Express dan JNE. Variabel Kepuasan Konsumen sebagian besar responden merasakan Kepuasan Konsumen di J&T Express pada indikator rekomendasi ke orang lain dengan nilai mean tertinggi berada dalam kategori Setuju sedangkan responden JNE pada indikator rekomendasi ke orang lain dengan nilai mean tertinggi berada dalam kategori Setuju. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada perbedaan variabel Kualitas Layanan (X_1) J&T Express dengan JNE terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan ada perbedaan Variabel Kepercayaan Konsumen (X_2) J&T Express dan JNE terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Dari hasil pengujian secara statistik dari uji Independent Sample T test menggunakan SPSS for windows versi 16 pada variabel kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Menunjukkan ada perbedaan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di J&T Express dan JNE, responden menilai konsumen di J&T Express dan JNE berbeda. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data dimana semua variabel yang diuji dalam penelitian ini memiliki perbedaan. Perbedaan antara kualitas layanan di J&T Express

dan JNE, perbedaan kepercayaan konsumen di J&T Express dan JNE. Berdasarkan uji *Independent Sample T test* pada variabel Kualitas Layanan (X_1) menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara J&T Express dan JNE. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,345 dengan nilai signifikansi 0,001 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,345 > 1,660$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Selanjutnya pada variabel Kepercayaan Konsumen (X_2) menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara J&T Express dan JNE. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 2,800 dengan nilai signifikansi 0,006 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,800 > 1,660$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara J&T Express dan JNE. Hal tersebut dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 3,178 dengan nilai signifikansi 0,002 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,178 > 1,660$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis uji komparatif dari tiga variabel yaitu Kualitas Layanan, Kepercayaan Konsumen dan Kepuasan Konsumen ada perbedaan antara jasa pengiriman barang yang ditawarkan oleh J&T Express dan JNE.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian komparatif tingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen antara jasa pengiriman barang J&T Express dan JNE maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil penelitian bahwa variabel Kualitas Layanan ada perbedaan antara J&T Express dan JNE. Responden memilih J&T Express karena adanya bukti fisik (*tangibles*) dan jaminan (*assurance*) sedangkan responden memilih JNE karena adanya jaminan (*assurance*). Perbedaan tersebut dibuktikan dengan hasil uji beda yang menunjukkan nilai signifikasinya 0,001 lebih kecil dari 0,05 sehingga terjadi penolakan H_0 artinya terdapat perbedaan faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada responden dalam memilih jasa pengiriman barang J&T Express dan JNE.
2. Dari hasil penelitian bahwa variabel Kepercayaan Konsumen ada perbedaan antara J&T Express dan JNE. Responden memilih J&T Express karena adanya kebaikan (*benevolence*) sedangkan responden memilih JNE karena adanya integritas (*integrity*). Perbedaan tersebut dibuktikan dengan hasil uji beda yang menunjukkan nilai signifikasinya 0,006 lebih kecil dari 0,05 sehingga terjadi penolakan H_0 artinya terdapat perbedaan faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada responden dalam memilih jasa pengiriman barang J&T Express dan JNE.
3. Dari hasil penelitian bahwa variabel Kepuasan Konsumen sebagian besar responden memilih J&T Express karena memiliki kebutuhan dan keinginan akan suatu produk sehingga konsumen bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain sedangkan responden memilih JNE karena memiliki kebutuhan dan keinginan akan suatu produk sehingga konsumen bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain. Perbedaan tersebut dibuktikan dengan hasil uji beda yang menunjukkan nilai signifikasinya 0,002 lebih kecil dari 0,05 sehingga terjadi penolakan H_0 artinya terdapat perbedaan faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada responden dalam memilih jasa pengiriman barang J&T Express dan JNE.
4. Berdasarkan analisis dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa ada perbedaan variabel Kualitas Layanan J&T Express dengan JNE terhadap Kepuasan Konsumen dan ada perbedaan variabel Kepercayaan Konsumen J&T Express dengan JNE terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hatikanini, A. (2016). *Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Paket di PT. Pos Indonesia (PERSERO) dan JNE Kota Serang*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang Banten.
- Setyawan, B. D. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada PDAM Tirta Moedal Semarang)*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Sugiarti, T. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Bagian Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa Aktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Surabaya.
- Zulfiyah, H. (2019). *Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan di Ayam Nelongso dan Wong Solo*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Surabaya.