
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI TINGKAT KEPERCAYAAN PADA PT SICEPAT EKSPRESS CABANG WONOMULYO

Ika Fitriana J¹, Nurmadhani Fitri Suyuthi², Abdul Samad A²

¹Mahasiswa Pascasarjana Universitas Fajar, Magister Manajemen

²Dosen Pascasarjana Universitas Fajar, Magister Manajemen

Email: Ikafitria01@gmail.com

Abstract

The purpose of this study aims to determine and analyze the influence of the relationship between the variable Service Quality and Customer Satisfaction through the Level of Trust in PT Sicepat Ekspres Wonomulyo Branch. The method used in this research is quantitative method. The number of respondents used was 132 respondents consisting of civil servants, private employees, entrepreneurs, students and others. Analysis of the data used is Path Analysis using data from the results of distributing questionnaires to users of PT Sicepat Ekspres Wonomulyo Branch. Based on the results of research (1), the results of the direct effect test show that there is no significant effect between Service Quality on Customer Satisfaction. (2) the results of the direct effect test show that there is a significant influence between the level of trust on consumer satisfaction. (3) the results of the direct effect test show that there is a significant influence between the quality of service on the level of trust. (4) the results of the indirect effect test that the service quality has a significant effect on customer satisfaction through the level of trust.

Keywords; Ratio, Profitability, Financial Performance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keterkaitan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Tingkat Kepercayaan pada PT Sicepat Ekspres Cabang Wonomulyo. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 132 responden yang terdiri dari PNS, Karyawan Swasta, Pengusaha, Pelajar / Mahasiswa dan Lainnya. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur dengan menggunakan data hasil penyebaran kuesioner pada pengguna jasa pengiriman PT Sicepat Ekspres Cabang Wonomulyo. Berdasarkan hasil penelitian (1) hasil uji pengaruh langsung (Direct Effect) bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. (2) hasil uji pengaruh langsung (Direct Effect) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Tingkat kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. (3) hasil uji pengaruh langsung (Direct Effect) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat kepercayaan. (4) hasil uji pengaruh tidak langsung (Indirect Effect) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui tingkat kepercayaan.

Kata Kunci; Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Analisis Jalur.

Sekretariat

Editorial Office: Program Studi Manajemen Universitas Fajar –

Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: pomajurnal@gmail.com

OJS: <https://journal.unifa.ac.id/index.php/POMAJURNAL/index>

PENDAHULUAN

Perkembangan bidang teknologi saat ini berdampak pada perekonomian Indonesia terutama pada bidang industri jasa. Hal ini terkait dengan semakin maraknya bisnis jual beli online yang dilakukan oleh pelaku usaha online yang terdiri dari masyarakat maupun perusahaan – perusahaan toko online. Bisnis jual beli online membutuhkan jasa pengiriman paket untuk mengantarkan barang dari toko online kepada konsumen dengan cepat, mudah dan aman baik didalam kota, luar kota maupun luar pulau. Usaha jasa tentu membutuhkan adanya spesifikasi dan rancangan sistem jasa yang akan diberikan kepada konsumen, sistem jasa akan membuat orang atau karyawan yang terlibat dalam usaha jasa yang berbeda akan dapat melaksanakan dan memahami secara obyektif terlepas dari apapun sudut pandang konsumennya.

Segala penyediaan dalam bentuk barang yang cepat, dapat diwujudkan dengan adanya layanan jasa pengiriman dan atau pengangkutan barang yang memudahkan masyarakat untuk mengirimkan atau menerima barang baik dalam jumlah kecil maupun besar dengan biaya yang murah dan aman. Penyedia layanan jasa pengiriman tentu memiliki peranan yang sangat penting bagi dunia industri, dimana produsen berperan sebagai pelaku usaha agar suatu produk yang dijual dapat terkirim secara merata, sedangkan konsumen yang ingin mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan dengan mudah.

Dalam usaha jasa pengiriman barang harus disesuaikan dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu, kemampuan untuk melakukan berbagai kombinasi dan tanggapan atau rangkaian aktivitas yang berbeda bagi tiap konsumen sangat penting dilakukan bagi usaha jasa pengiriman barang. 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.

Sicepat Ekspres adalah salah satu jasa pengiriman barang yang dimulai dari tahun 2014, berkembang dengan pesat yang berawal dari rumah kosan hingga menjadi gerai, yang pada saat tahun pertama hanya terdapat satu kurir saja hingga mencapai 18 kurir pada gerai cabang wonomulyo sehingga dapat bersaing dengan jasa pengiriman lain seperti J&T, JNE, ID ekspres dan masih banyak lagi. Salah satu keunggulan layanan sicepat ekspres adalah layanan HALU yang mulai digandrungi para konsumen dikarenakan layanan ini mematok harga mulai lima ribu rupiah untuk biaya ongkos kirim ke seluruh Indonesia.

Tabel 1. Data Pengiriman PT Sicepat Ekspres

Sicepat Ekspres	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total Pengiriman	710	718	750	800	852	3000	10.520	32.000	10.831

Sumber : Kepala Kurir LM Jasa Pengiriman, 2023

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa volume paket pengiriman terus meningkat dari tahun 2014 hingga 2021 namun menurun drastis pada tahun 2022 hal ini dikarenakan masih ada konsumen yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sicepat ekspres ketika konsumen melakukan pengiriman barang atau pick up (penjemputan barang) oleh kurir.

Salah satu alasan ketidakpuasan konsumen adalah adanya keterlambatan pengiriman atau penjemputan barang serta kendala lainnya yang disebabkan *human error* atau faktor cuaca yang tidak mendukung. Pengiriman barang sicepat ekspres cabang wonomulyo dibagi berdasarkan pesanan by Shopee dan by Olshop, dimana by Shopee pesanan langsung masuk melalui aplikasi kurir dan langsung diproses oleh system sedangkan by by Olshop diproses secara manual oleh entry data.

Dari penjelasan diatas, dapat dilihat tabel data dari pengiriman dan penjemputan barang dibawah ini

Tabel 2. Paket Pick Up By Shopee per bulan Tahun 2022

No	Jasa Pengiriman	Bulan (2022) / buah											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Sicepat	25	24	22	25	27	20	22	23	20	30	31	30
2	JNT	28	27	20	22	23	19	21	20	25	30	40	30
3	ID	14	20	18	15	19	15	16	17	16	19	20	17
4	JNE	20	21	22	18	19	20	20	15	16	17	18	14

Sumber: Data FM Jasa Pengiriman, 2022

Tabel 3. Paket Pick Up By Chat (Olshop) per bulan Tahun 2022

No	Jasa Pengiriman	Bulan (2022) / buah											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Sicepat	5	4	4	6	7	7	6	8	8	8	10	7
2	JNT	11	8	8	5	4	8	10	9	8	7	9	9
3	ID	2	3	8	5	4	4	3	1	1	2	2	5
4	JNE	4	3	4	2	2	2	3	5	4	2	4	4

Sumber: Data FM Jasa Pengiriman, 2022

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah paket *pick up* Sicepat mengalami fluktuasi setiap bulan dan puncaknya pada bulan November terjadi peningkatan yang signifikan sedangkan pada tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah paket *pick up* mengalami fluktuasi setiap bulan dan konstan pada bulan Agustus hingga Oktober. Hal ini merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh jasa pengiriman Sicepat Ekspres terkait kepuasan konsumen, mengingat bahwa sudah banyak layanan murah yang dijalankan seperti Gokil dan Sicepat Halu, yang mana layanan ini adalah layanan ekonomi yang menyediakan pembayaran ongkir lebih murah dibandingkan layanan regular namun dengan estimasi yang lebih lama untuk sampai ke tujuan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menjadi konsumen tetap serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Kondisi ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan probabilitas.

Menurut Fandy Tjiptono (2017) pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Para pelaku bisnis online sebagai pengguna jasa pengiriman kini semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman. Hal ini di akibatkan karena tingkat pilihan pada industri jasa pengiriman semakin tinggi serta peristiwa atau kasus hilangnya barang atau paket milik pelanggan, sehingga suatu perusahaan jasa pengiriman harus mampu menciptakan kepercayaan kepada pelanggannya, yaitu dengan cara menjamin barang dari pelanggan tersebut sampai ke pihak yang dituju dengan keadaan utuh.

Kepercayaan merupakan keyakinan dimana seseorang akan mendapatkan apa yang diharapkan dari orang lain. Kepercayaan menyangkut kesediaan seseorang agar berperilaku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Kepercayaan juga merupakan suatu pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing – masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Menurut Kotler dan Keller (2018) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi. Sesuai dengan pengertian diatas maka dapat diartikan bahwa kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Secara umum Kepuasan Konsumen Menurut Kotler (2018) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation* model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Apabila produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman adalah Sicepat sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa, berfokus pada pelayanan jasa pengiriman barang yang mencakup seluruh wilayah Indonesia. Sejak didirikan pertama kali pada tahun 2014.

Sicepat Ekspres telah berkembang pesat dan memiliki lebih dari ratusan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia untuk mendukung seluruh kegiatan operasional pengiriman. Dan salah satu cabang Sicepat Ekspres sendiri adalah di Kecamatan Wonomulyo. Meski baru didirikan pada tahun 2014, Sicepat Ekspres telah menjadi salah satu perusahaan yang cukup besar dan sudah di perhitungkan keberadaannya oleh perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa pengiriman serupa di Indonesia. Adapun produk layanan yang diberikan oleh SiCepat Ekspres yaitu berupa H3LO merupakan singkatan dari heboh 3 kilo. Dengan menggunakan layanan ini, anda hanya perlu membayar paket seharga 1 kg saja dengan berat sebenarnya yang sebesar 3,29 kg.

Layanan reguler merupakan layanan dengan estimasi pengiriman 15 Jam sampai dengan tarif reguler tanpa biaya tambahan apapun. Layanan BEST merupakan singkatan dari besok sampai tujuan. Seperti namanya, layanan ini memastikan barang kiriman anda akan segera sampai tujuan di kota-kota besar seluruh Indonesia hanya dalam 1 hari. Layanan *cargo* yaitu layanan untuk barang dengan ukuran atau jumlah besar. Dengan minimum berat paket 5 kg. Layanan ini akan memberikan potongan hemat 30% dan layanan pick up sehingga barang lebih cepat sampai.

Cash on Delivery atau yang disingkat dengan COD merupakan transaksi belanja dengan pembayaran *cash* pada saat barang diterima. Layanan ini melayani pengiriman internasional dengan harga hemat, pengiriman aman dan cepat sampai. Layanan ini juga memberikan layanan penjemputan gratis dengan berat per paket maksimal 70 kg. Ongkir hemat dengan tambahan diskon 10%. 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 hasil observasi yang dilakukan pada sicepat ekpress bahwa barang terlambat melebihi estimasi waktu sampai yang telah ditentukan, barang sudah diterima tapi penerima tidak dikenal, dan barang mengalami kerusakan saat pengantaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Rusydi (2017) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Tjiptono (2017) kualitas layanan adalah tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan. Usmara (2008) menyatakan kualitas layanan adalah suatu sikap dari hasil perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen.

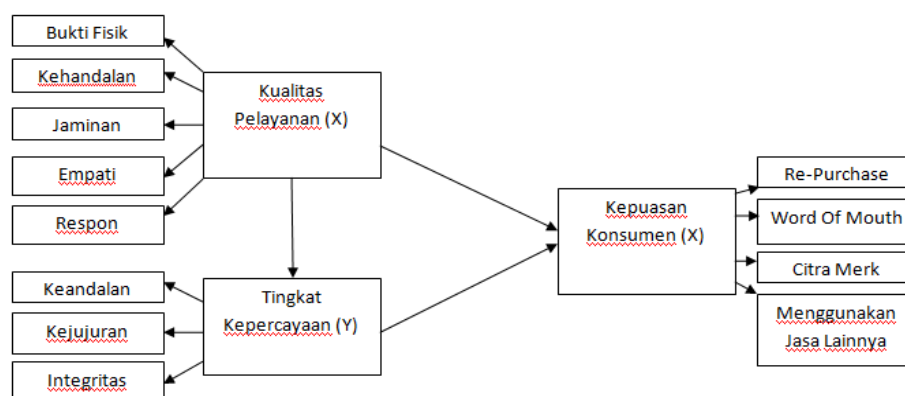
Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen dan Minor 2002). Menurut Indarjo (2011) dalam Khakim (2015) mendefinisikan kepercayaan pelanggan sebagai suatu kerelaan untuk bergantung kepada partner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri partner itulah diletakkan keyakinan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh konsumen untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2018) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Howard dan Shet dalam Tjiptono (2017) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan dan ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) Hipotesis yakni adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dari pernyataan di atas diperoleh Hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sicepat Ekspres Wonomulyo.
2. Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sicepat Ekspres Wonomulyo.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan pada Sicepat Ekspres Wonomulyo.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Tingkat Kepercayaan pada Sicepat Ekspres Wonomulyo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survey. Tempat pelaksanaan penelitian adalah di Lingkungan Kantor Sicepat Ekspres Wonomulyo. Jalan Jenderal Sudirman No 35 Sidodadi, Kec Wonomulyo, Kab Polewali Mandar, Prov Sulawesi Barat 91352. Survei dilakukan selama 5 (bulan) yaitu April – Agustus 2023 untuk pengumpulan dan pengolahan data serta proses bimbingan berlangsung. Jumlah populasi yang diteliti adalah sebanyak 200 orang yang diperoleh dari jumlah paket pick up per tahun 2022. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Sicepat Ekspres Indonesia Cabang Wonomulyo. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 132 responden untuk menyuarakan pendapat seputar kepuasan mereka dalam menggunakan jasa pengiriman Sicepat Ekspres. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis Jalur (Path Analysis), Asumsi Analisis Jalur, Diagram Jalur, dan smart PLS.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas (*Discriminant*)

Ketentuan validitas *discriminant* dilihat dari nilai outer loading. Dimana outer loading dikatakan valid ketika nilai outer loading lebih besar dari 0.7.

Tabel 1. Uji Validitas (*Discriminant*)

Variabel	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen	Tingkat Kepercayaan
X.1	0,332		
X.2	0,345		
X.3	0,379		
X.4	0,556		
X.5	0,762		
X.6	0,835		
X.7	0,677		
X.8	0,841		
X.9	0,707		
X.10	0,725		
Y.1			0,814
Y.2			0,821
Y.3			0,793
Y.4			0,216

Y.5			0,725
Y.6			0,763
Z.1		0,752	
Z.2		0,449	
Z.3		0,747	
Z.4		0,792	
Z.5		0,813	
Z.6		0,812	
Z.7		0,798	
Z.8		0,778	

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4. terlihat bahwa item pertanyaan variabel kualitas pelayanan pada item pertanyaan nomor 1,2,3,4 dan 7 tidak valid karena nilai dari outer loading yang dihasilkan lebih kecil dari 0,7. Begitupun dengan variabel kepuasan konsumen pada item pertanyaan nomor 2 dan pada tingkat kepercayaan item nomor 4. Oleh karena itu, item pertanyaan yang tidak valid dikeluarkan dari penelitian. Setelah dikeluarkan kemudian di uji kembali seperti berikut:

Tabel 5 Uji Validitas (*Discriminant*) setelah pengeluaran

Variabel	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen	Tingkat Kepercayaan
X.5	0,762		
X.6	0,835		
X.8	0,841		
X.9	0,707		
X.10	0,725		
Y.1			0,814
Y.2			0,821
Y.3			0,793
Y.5			0,725
Y.6			0,763
Z.1		0,752	
Z.3		0,747	
Z.4		0,792	
Z.5		0,813	
Z.6		0,812	
Z.7		0,798	
Y.8		0,778	

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5. yang diperoleh pada outer loading yang terlihat bahwa nilai outer loading pada semua variabel yang dihasilkan lebih besar dari 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan diatas adalah valid.

Uji Validitas (*Convergent*)

Ketentuan validitas *convergent* dilihat dari nilai *loading factor* lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) lebih besar dari 0,5

Tabel 6. Uji Validitas (Convergent)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
Kepuasan Konsumen	0,898	0,898	0,920	0,621
Kualitas Pelayanan	0,857	0,866	0,898	0,638
Tingkat Kepercayaan	0,844	0,848	0,889	0,616

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6. terlihat bahwa nilai *loading factor* (rho_A) lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) yang diperoleh lebih besar dari 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa Instrumen Penelitian sudah valid

Uji Reliabilitas

Ketentuan reliabilitas dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dai 0,7 dan nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7. Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh hasil bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa Instrumen Penelitian sudah reliable.

Pengaruh Langsung

Tabel 7. Pengaruh Langsung

	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviasi	T statistic	Pvalues
X → Z	0,143	0,130	0,080	1,782	0,075
Y → X	0,802	0,786	0,068	11,761	0,000
Y → Z	0,720	0,713	0,079	9,117	0,000

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan karena nilai p-value lebih besar dari 0,05 ($0,07 > 0,05$). Kualitas pelayanan terhadap tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan karena nilai p-value yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Tingkat kepercayaan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan karena nilai p-value yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$)

Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 8. Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviasi	T statistic	Pvalues
X → Y → Z	0,577	0,563	0,091	6,329	0,000

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai p-value lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$) yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui tingkat kepercayaan.

PEMBAHASAN

Dari analisa yang telah dijabarkan dengan memakai metode analisis kuantitatif dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4 yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Tingkat Kepercayaan pada PT. Sicepat Ekspress Cabang Wonomulyo sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator empati adalah indikator yang paling dominan dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun poin pernyataan pada

indikator empati adalah sicepat ekspres berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan. Hal ini membuktikan bahwa dalam hal kualitas pelayanan, karyawan sicepat ekspres dalam memberikan pelayanan dengan wajah yang ceria, wajar dan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan sehingga konsumen merasa puas dalam hal pelayanan.

Kualitas Pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung dengan pengujian analisis jalur bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen karena nilai p-value lebih besar dari 0,05 ($0,07 > 0,05$). Diketahui bahwa ada beberapa responden yang tidak setuju dengan kemampuan sicepat ekspres dalam menjaga keamanan barang dan pemberian jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan. Artinya Kualitas Pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Sicepat Ekspres Cabang Wonomulyo.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Komala (2021) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi online grab bike.

Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator kejujuran adalah indikator yang paling dominan dalam tingkat kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Adapun poin pernyataan pada indikator kejujuran adalah jasa pengiriman barang sicepat ekspres dapat dipercaya. Hal ini membuktikan bahwa dalam hal tingkat kepercayaan, karyawan sicepat ekspres melayani dengan sesuai standar operasional perusahaan, sikap yang lurus hati, tidak berbohong atau berkata hal – hal yang menyalahi apa yang terjadi (fakta) sehingga konsumen merasa puas dalam hal kepercayaan

Tingkat Kepercayaan menjadi salah satu faktor pemberi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini didukung dengan pengujian analisis jalur bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Tingkat Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen karena nilai p-value lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Diketahui responden setuju dengan pernyataan bahwa pelayanan jasa pengiriman sicepat ekspres telah sesuai dengan harapan dan dapat dipercaya oleh konsumen. Artinya Tingkat Kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Sicepat Ekspres Cabang Wonomulyo.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Komala (2021) yang menyatakan bahwa Tingkat Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa transportasi online grab bike.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepercayaan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa indikator empati adalah indikator yang paling dominan pada kualitas pelayanan terhadap tingkat kepercayaan. Adapun poin pernyataan pada indikator empati adalah sicepat ekspres berkomunikasi dengan pelanggan dengan cara yang menyenangkan. Hal ini membuktikan bahwa dalam hal kualitas pelayanan, karyawan sicepat ekspres dalam memberikan pelayanan dengan wajah yang ceria, wajar dan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan sehingga konsumen merasa percaya dalam hal pelayanan.

Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor pemberi pengaruh terhadap Tingkat Kepercayaan. Hal ini didukung dengan pengujian analisis jalur bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepercayaan karena nilai p-value lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Diketahui responden setuju bahwa jangkauan pengiriman sicepat ekspres luas dan pelayanan jasa pengiriman tetap buka di hari libur. Artinya Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan pada PT Sicepat Ekspres Cabang Wonomulyo.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina Fajarini (2020) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepercayaan. Hal ini

disebabkan karena kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Klinik Kecantikan Beauty Inc kepada pelanggan umumnya sudah cukup baik sehingga menimbulkan kepercayaan terhadap masing-masing pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Tingkat Kepercayaan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa diperoleh nilai p-value lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui tingkat kepercayaan. Artinya tingkat kepercayaan dapat memediasi secara penuh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen, namun harus melalui tingkat kepercayaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian I Gede Minggar Suarmita (2019) yang menyimpulkan bahwa Kepercayaan secara positif dan signifikan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Herbalife di Kota Denpasar.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil penelitian pengujian analisis jalur, penulis memaparkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung (*Direct Effect*) bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa responden yang tidak setuju dengan kemampuan sicepat ekspres dalam menjaga keamanan barang dan pemberian jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan.
2. Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung (*Direct Effect*) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Tingkat kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan responden setuju bahwa pelayanan pengiriman sicepat ekspres telah sesuai dengan harapan dan dapat dipercaya oleh konsumen
3. Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung (*Direct Effect*) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat kepercayaan. Hal ini dibuktikan dengan responden setuju bahwa jangkauan pengiriman sicepat ekspres luas dan pelayanan tetap dilakukan pada hari libur.
4. Berdasarkan hasil uji pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui tingkat kepercayaan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat kepercayaan dapat memediasi secara penuh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Khakim, L. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal Of Management* ISSN : 2442-4064. Vol.1 No.1.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing*, 17e Global Edition, New York: Pearson Education Limited.
- Mowen, Jhon, & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga, Jakarta
- Rusydi. (2017). *Customer Excellence*, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. (2017). *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Usmara, A. (2008). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jakarta: AmaraBooks.