

Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Jasa Pengiriman J&T Expres Kabupaten Dompu Tahun 2021

Nurul Hayat¹

(1) Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAPIS Dompu

✉ Corresponding author
(nurulhayat2015@yahoo.com)

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan penelitian yang dilakukan pada masyarakat yang menjadi konsumen pengguna jasa pengiriman barang di wilayah Kecamatan Dompu, dengan menggunakan alat skala likert untuk mengukur kepercayaan, jasa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa pengiriman barang pada J&T Express Kabupaten Dompu. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental Sampling*. Peneliti membatasi jumlah sampel sebanyak 50 sampel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu pada tahun 2021. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu dapat dilihat dari tabel hasil uji t untuk variabel kepercayaan yaitu di ketahui bahwa nilai t hitung variabel (0,738) > t tabel (0,284), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu.

Kata Kunci : *Kepercayaan, Jasa Pengiriman*

Abstract

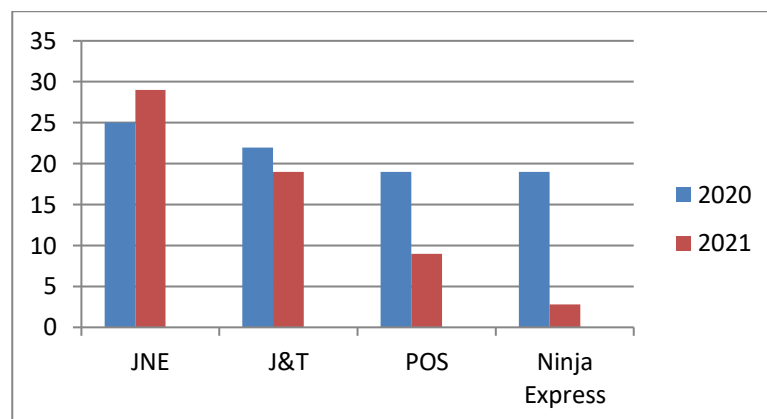
This research is a quantitative research with research conducted on people who are consumers of goods delivery service users in the Dompu District area, using a Likert scale tool to measure trust, services. The population in this study were all users of goods delivery services at J&T Express, Dompu Regency. Determination of the sample in this study using accidental sampling technique. Researchers limit the number of samples of 50 samples. This study aims to determine the effect of the trust variable on J&T Express shipping services in Dompu Regency in 2021. Based on the t test it shows that trust has a significant effect on the Regency J&T Express shipping services. It can be seen from the table of t test results for the trust variable, it is known that the t value count variable (0.738) > t table (0.284). So the decision to accept H_a and reject H_0 , then the trust variable (X) has a significant effect on the service variable (Y). so that it can be concluded that consumer trust has an effect on J&T Express shipping services in Dompu Regency.

Keywords : *Trust, Delivery Service*

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 di dalam Kota, luar Kota maupun luar Pulau. Perkembangan bisnis jasa pengiriman dalam negeri semakin meningkat, Hal ini dikarenakan oleh pertumbuhan *e-commerce* dan kemudahan dalam

memperoleh izin usaha dari pemerintah (Ayu,;2016). Sebagai salah satu gambaran akan luasnya pasar jasa kurir di Indonesia Gambar 1. menunjukan *market share* dari beberapa perusahaan jasa kurir di Indonesia.



Sumber: <http://www.Bataviase.co.id/node/686960>

Gambar 1. Grafik Perbandingan Market Share Jasa Kurir Di Indonesia Tahun 2020 dan 2021

Permintaan masyarakat menggunakan jasa pengiriman barang, masyarakat lebih dominan menggunakan JNE di bandingkan J&T Express. Hal ini terbukti pada perbandingan market share jasa kurir di Indonesia pada Tahun 2020 dan 2021 bahwa JNE berada pada peringkat pertama sedangkan J&T Express berada di peringkat kedua. Perusahaan J&T Express harus mengembangkan perusahaanya lebih baik lagi dengan cara meningkatkan kualitas jasa kurir dalam bersaing dengan perusahaan lain yaitu meningkatkan kepercayaan pelanggan, kualitas jasa, pelayanan, dan ketetapan waktu dalam mengirim barang.

Ketatnya dunia bisnis di era globalisasi seperti saat ini membuat para pelaku bisnis terus berkarya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik harga yang rendah. Ini merupakan tantangan yang harus di hadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan, dampaknya adalah perusahaan mulai harus berusaha berpikir keras bagaimana untuk meningkatkan produktivitas dengan sebaik mungkin untuk dapat bersaing dipasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan konsumen (Dwijayanto:2017).

Pada zaman yang semakin moderen ini, kebutuhan seseorang semakin meningkat dan banyak bisnis online yang bermunculan. Seseorang dapat berbelanja atau melakukan aktifitas sehari hari secara online, dengan demikian aktifitas yang dilakukan seseorang dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan praktis. Bisnis jasa saat ini sangat dibutuhkan dan berpengaruh pada aktifitas konsumen sehari hari. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pemilihan untuk memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan yang terbaik, dan harga yang terjangkau, sehingga memuaskan kegiatan konsumen terhadap pendistribusian barang jarak jauh dapat tersalurkan dengan baik.

Semua konsumen membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirim sampai pada waktu yang tepat. Seiring dengan perkembangan yang terjadi disegala bidang, tingkat konsumen akan jasa pengiriman barang semakin besar. Keputusan konsumen dalam memilih pengiriman jasa tidaklah mudah, dalam menentukan mana pengiriman barang yang tepat waktu dan bagus.

Dalam bisnis jasa terdapat Undang-Undang yang mengatur baik tentang keterlambatan pengiriman maupun kepuasan-puasan pelayanan terhadap pelanggan. Perlunya Undang-Undang perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen dengan pasal 7 huruf g Undang-Undang perlindungan konsumen mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian barang apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian seperti jika barang rusak pada saat pengiriman bisa dikembalikan pada toko sesuai dengan perjanjian awal

antara konsumen dan dan pemilik toko. Konsumen pun juga sudah mendapatkan haknya, sesuai dengan pasal 4 huruf h Undang-Undang perlindungan konsumen yang mengatur mengenai hak konsumen yaitu untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Menurut mowen dan Minor dalam Donni Juni (2017:116) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan. Semakin banyaknya persaingan usaha jasa, salah satunya jasa pengiriman dan penerima barang maka pelanggan harus pandai dalam memilih jasa pengiriman dan penerima barang yang dianggap aman dan tepat waktu. Kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa diperoleh jika perusahaan tersebut memiliki penilaian baik dimata pelanggan. Pelanggan yang sudah mempercayai sebuah produk maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler (2010) Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari perkembangan dan berbagai jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba cepat, mudah, mobilitas tinggi, akses luas, dan kemudahan konsumsi, atau belanja melalui jaringan bisnis cenderung meningkat. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun berada jauh diluar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan (Kotler:2009).

J&T Express berkembang di dompu pada September 2015, J&T Express adalah perusahaan jasa kurir yang bergerak dalam bidang pengiriman paket dan logistik, dalam wilayah lokal maupun internasional yang didukung secara online. J&T Express memperluas pengembangan produk dan pelayanan yang diberikan, antara lain menyediakan jasa kurir pengiriman barang di Kabupaten Dompu. Jasa ekspedisi atau pengiriman barang semakin diperlukan bagi masyarakat saat ini, khususnya pada masyarakat Kabupaten Dompu yang melakukan proses jual beli jarak jauh dengan menggunakan media online. Fenomena tersebut membuat semakin bertambah jasa pengiriman barang yang bermunculan di Kabupaten Dompu. Salah Satu Perusahaan jasa pengiriman barang yang ikut bersaing yaitu J&T Express di Kabupaten Dompu. J&T Express termasuk perusahaan jasa dengan layanan pengiriman barang baik berupa dokumen maupun paket.

Berdasarkan observasi awal terhadap konsumen J&T Express Kabupaten Dompu bahwa terdapat kasus rusaknya barang, hal ini berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Express Kabupaten Dompu. Di sisi lain rasa percaya pelanggan menjadi berkurang terhadap jasa karena ketidak puasan yang mereka rasakan, mereka memilih beralih ke perusahaan jasa pengiriman barang lainnya. Dari kasus tersebut, J&T Express Kabupaten Dompu harus mencari cara agar tingkat kepercayaan pelanggan dapat diperbaiki yang bertujuan untuk menciptakan kepercayaan pelanggan kembali terhadap jasa pengiriman barang J&T Express Kabupaten Dompu.

Hubungan kepercayaan konsumen dengan jasa pengiriman barang J&T Express merupakan kunci keberhasilan dari suatu perusahaan jasa. Dengan adanya kesediaan konsumen untuk sebuah produk atau jasa akan mempunyai hubungan yang positif dengan niat melakukan pembelian ulang yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap jasa (Hunt:1994). Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Jasa Pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu Tahun 2021. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu Tahun 2021.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Ditinjau dari eksplanasi penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal (Kasiram:2008).

Mengacu pendapat (Sugiyono, 2013:224) dalam penelitian ini, populasi adalah pengguna jasa atau konsumen jasa pengiriman J&T di Kabupaten Dompu. Penentuan sampelnya menggunakan metode *Accidental Sampling* penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono:2009).

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Sesuai dengan pendapat (Sugiyono:2005) bahwa teknik pengumpulan data dalam penelitian disesuaikan dengan tipe dasar yang dibutuhkan yaitu data primer dan data sekunder kedua klasifikasi ini ditempuh dengan teknik pengumpulan data yang berbeda.

Mengadopsi observasi yang dipaparkan Sugiyono (20014:145) jenis observasi yang di gunakan peneliti adalah observasi partisipan, dimana orang yang melakukan pengamatan berperan serta ikut ambil bagian dari kehidupan orang yang diobservasi. Menurut Riyanto (2012:103) metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data yang sudah ada. Pada penelitian ini, angket/kuesioner akan dibagikan pada sampel yang ditetapkan oleh peneliti secara langsung kepada responden, Sugiyono (2018: 2019). Pernyataan-pernyataan yang disajikan didalam kuesioner akan disertai dengan alternatif jawaban yang dipilih oleh responden dan diukur menggunakan skala likert sebagaimana tertera dalam table 2.

Tabel.1. Tabel Skala Likert

| Pilihan jawaban | Skor/Nilai |
|---------------------|------------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber data dalam penelitian ini adalah berupa manusia, meliputi orang-orang yang berkaitan langsung dalam pengguna Jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu. Peneliti memperoleh data primer melalui penyebaran kuesioner dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti memperoleh data melalui dokumen, arsip informasi, fakta tertulis, baik dari dokumen resmi maupun dokumen secara pribadi, dokumen resmi yaitu data yang berkaitan dengan pelanggan J&T Express dan data dari peneliti sendiri yang berupa lembar observasi, catatan lapangan, yang berkaitan dengan penelitian.

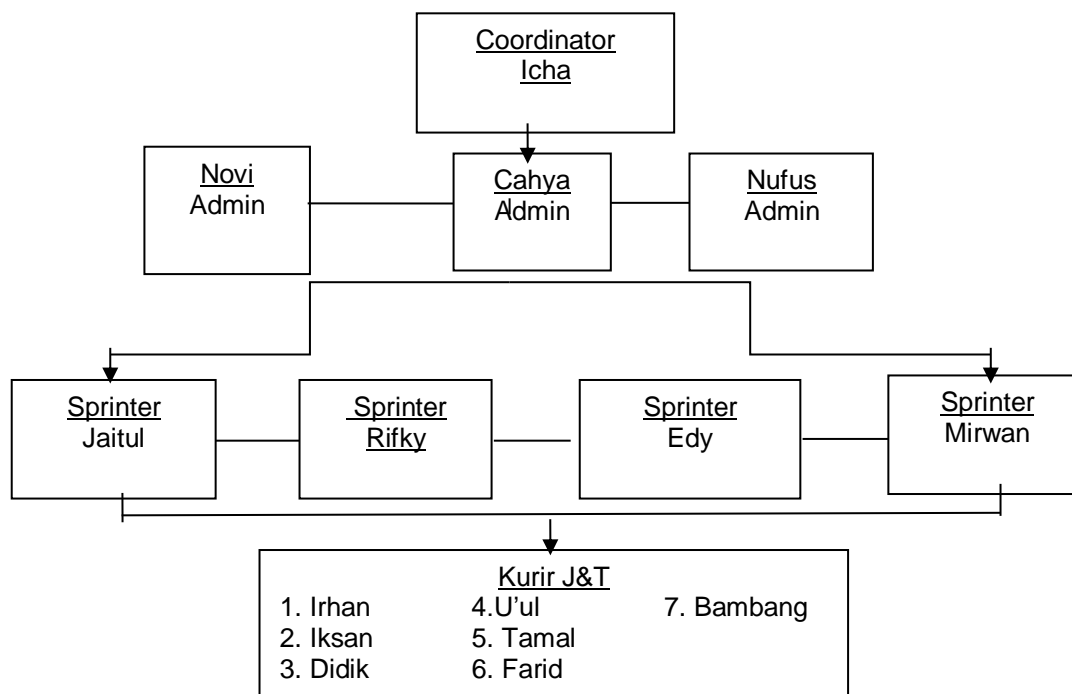
Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah: Kepercayaan konsumen (x) merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan. Jasa pengiriman (y) merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain (Rangkuti,2006:26). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji nasumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program aplikasi komputer SPSS Statistik. Dengan Teknik uji keabsahan data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Pengambilan keputusan dalam uji statistik t diambil berdasarkan tingkat signifikan dan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai t hitung $> t$ tabel maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen dan Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Hipotesis penelitian sebagai berikut: Diduga kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Jasa Pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu Tahun 2021.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Smolkin (2008) mencatat bahwa kepercayaan adalah hal penting dalam kehidupan sosial untuk saling bekerjasama dengan orang lain atau seperti kedekatan hubungan personal yang merupakan bagian dari membentuk kehidupan yang baik. Kepercayaan merupakan kemampuan untuk memberikan penilaian yang cukup untuk memperlihatkan tindakan orang lain. Tentu saja, orang-orang akan memasukkan internal dan eksternal faktor mereka dalam memberikan penilaian terhadap yang diperlihatkan. Faktor internal merupakan kesanggupan dan keyakinan memberikan kepercayaan kepada orang lain. Faktor eksternal memasukkan kualitas internal orang lain dalam satu hubungan. Hal ini berhubungan pada pengambilan keuntungan dalam satu hubungan.

Menurut Phillip Kotler (Lupiyoadi, 2006:6) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Jasa pengiriman barang G&T merupakan salahsatu jasa pengiriman yang beroperasi di Kabupaten Dompu dengan kantor operasional yang berada di Jalan Syekh Muhammad Lingkungan Jado Kelurahan Dorotangga Kecamatan Dompu Kabupaten Dompu dengan struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi Jasa Pengiriman G&T di kabupaten Dompu

Dalam gambar struktur Jasa Pengiriman G&T terlihat ada 15 orang karyawan terdiri dari 10 orang laki-laki dan 5 orang perempuan dengan posisi dan tugas masing-masing yang telah ditetapkan. Cordinator adalah posisi yang mengkordinasikan operasional, atau kegiatan dalam J&T Express Kabupaten Dompu, dari pemberian intruksi dan lain-lain. Admin adalah yang bertugas untuk mengurus administrasi dalam J&T Express Kabupaten Dompu, seorang admin bertugas untuk mengolah hal-hal yang berhubungan dengan komputer. Sprinter J&T Express Kabupaten Dompu bertugas untuk pick up atau mengambil paket-paket yang akan dikirim dari pengirim. Kurir J&T bertugas untuk mengantarkan paket ke alamat penerima sesuai yang tertera pada paket-paket yang dibawa, kurir mengambil paket dari kantor J&T Express Kabupaten Dompu langsung.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas (x)
Correlations

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | x |
|---|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | ,567** | ,798** | ,663** | ,571** | ,673** | ,838** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 2 | Pearson Correlation | ,567** | 1 | ,588** | ,487** | ,305* | ,338* | ,630** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,031 | ,016 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 3 | Pearson Correlation | ,798** | ,588** | 1 | ,777** | ,806** | ,655** | ,922** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 4 | Pearson Correlation | ,663** | ,487** | ,777** | 1 | ,817** | ,668** | ,907** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 5 | Pearson Correlation | ,571** | ,305* | ,806** | ,817** | 1 | ,672** | ,857** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,031 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 6 | Pearson Correlation | ,673** | ,338* | ,655** | ,668** | ,672** | 1 | ,814** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,016 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| X | Pearson Correlation | ,838** | ,630** | ,922** | ,907** | ,857** | ,814** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |

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

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

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2021.

Uji Keabsahan Data berupa *Uji Validitas*. Hasil uji validitas terhadap data hasil penelitian pada tabel 2. Berdasarkan tabel 2 dari hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel (x) yang terdiri dari pernyataan 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 semuanya semuanya dikatakan valid dilihat dari tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00.

Tabel 3
Hasil uji validitas (y)
Correlations

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Y |
|---|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | ,526** | ,498** | ,571** | ,308* | ,322* | ,693** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,030 | ,023 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 2 | Pearson Correlation | ,526** | 1 | ,581** | ,531** | ,586** | ,524** | ,781** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 3 | Pearson Correlation | ,498** | ,581** | 1 | ,469** | ,549** | ,703** | ,796** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 4 | Pearson Correlation | ,571** | ,531** | ,469** | 1 | ,634** | ,588** | ,796** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,001 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 5 | Pearson Correlation | ,308* | ,586** | ,549** | ,634** | 1 | ,873** | ,830** |
| | Sig. (2-tailed) | ,030 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 6 | Pearson Correlation | ,322* | ,524** | ,703** | ,588** | ,873** | 1 | ,848** |
| | Sig. (2-tailed) | ,023 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| Y | Pearson Correlation | ,693** | ,781** | ,796** | ,796** | ,830** | ,848** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |

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

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

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021.

Berdasarkan tabel 3 dari hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel (Y) yang terdiri dari pernyataan 1, 2, 3, 4, 5 dan 6 semuanya dikatakan valid dilihat dari tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00. Bahwa semua butir pernyataan dalam kuisioner untuk variabel jasa (y) semuanya valid. **Uji Reliabilitas:** Menurut Ghazali (2006:41) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki *Alpha Cronbach's* > 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,905 | 6 |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variable kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman J&T (Variabel X) menunjukan bahwa nilai dari variabel kepercayaan (x) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,905. Nilai Cronbach's Alpha variable kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman G&T lebih besar dari 0,60, hal ini memberikan penjelasan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Jasa (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,874 | 6 |

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel jasa pengiriman (Y) menunjukkan bahwa nilai dari variabel jasa (y) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,874. Nilai Cronbach's Alpha variable; jasa pengiriman (Y) lebih besar dari 0,60, hal ini memberikan penjelasan bahwa semua instrument jasa pengiriman dalam penelitian ini reliabel. Dari uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti terhadap pernyataan-pernyataan pada kuisioner, maka dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan untuk penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik: Uji Normalitas menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal, persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto:2011). Uji normalitas diuji dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* dengan membuat hipotesis. Data ini lolos diuji masalah apabila nilai *Asymp.sig (2-tailed)* variabel residual berada $> 0,05$, maka data tersebut mengalami normalitas.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 50 |
| Normal | Mean | ,0000000 |
| Parameters ^a | | 4,26007811 |
| b | Std. Deviation | |
| Most | Absolute | ,160 |
| Extreme | Positive | ,082 |
| Differences | Negative | -,160 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,133 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,154 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas variable kepercayaan konsumen (X) dan variable jasa pengiriman (Y) pada tabel 6 diketahui nilai signifikansi sebesar 0,154. Nilai signifikan hasil uji normalitas dari variable X dan $Y > 0,05$ maka dapat dijelaskan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal. Selanjutnya adalah **uji linearitas; Uji linieritas untuk mengetahui** mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan telah dilakukan dengan hasil sebagaimana tertuang dalam tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji linearitas
ANOVA Table

| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-----------------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|------|
| jasa * kepercayaan | (Combined) | 142,553 | 10 | 14,255 | ,831 | ,602 |
| | Linearity | 54,555 | 1 | 54,555 | 3,18 | ,082 |
| | | | | | 2 | |
| | Deviation from Linearity | 87,999 | 9 | 9,778 | ,570 | ,813 |
| | Within Groups | 668,667 | 39 | 17,145 | | |
| Total | | 811,220 | 49 | | | |

Sumber : Data primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 7 hasil uji linearitas diketahui nilai sig *Deviation from Linearity* sebesar dari kepercayaan (X) dan jasa pengiriman (Y) adalah $0,602 > 0,05$. Hal ini memberikan gambaran dan penjelasan bahwa variable kepercayaan (X) dengan variable jasa pengiriman (Y) memiliki hubungan secara linier yang signifikan.

Uji Autokorelasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier tindakan responden atau sampel mempengaruhi tindakan responden yang lain atau tidak. Apabila tindakan responden mempengaruhi tindakan responden yang lainnya maka dikatakan autokorelasi. Dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai Durbin-Watson berada diantara nilai DU dan 4-DU. Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini disajikan dalam tabel 8

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

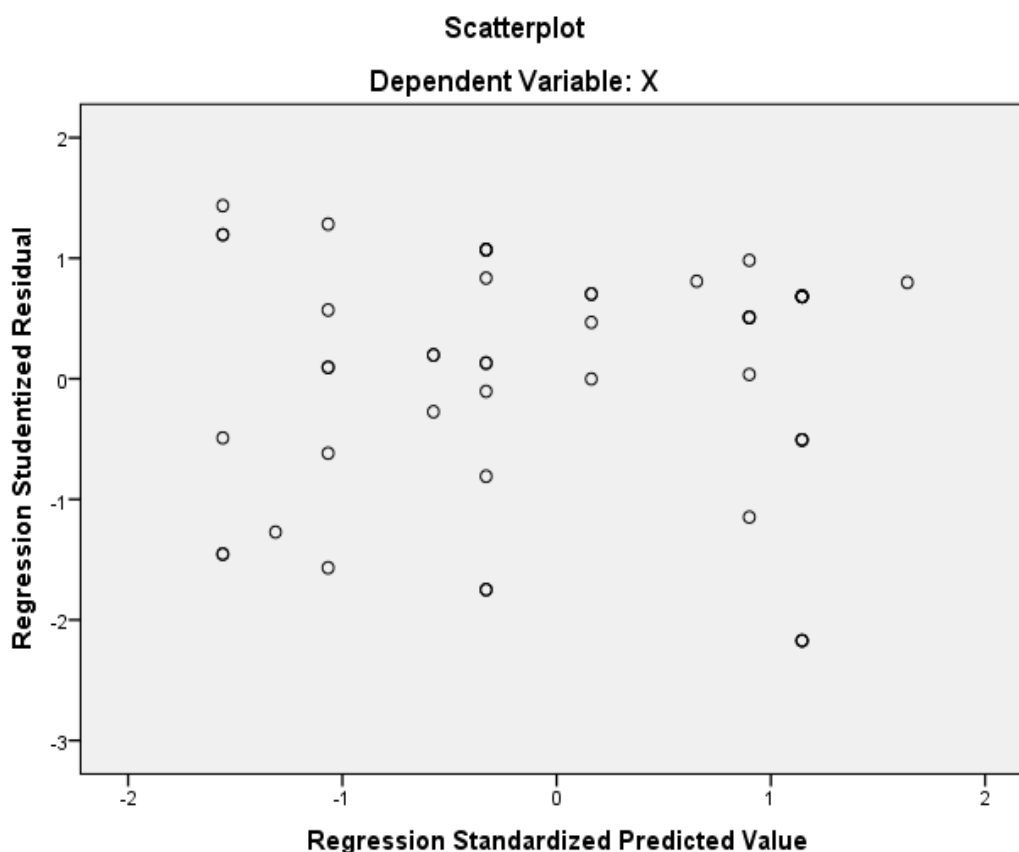
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,346 ^a | ,481 | ,451 | 9,106 | 1,784 |

a. Predictors: (Constant), kepercayaan

b. Dependent Variable: jasa

Sumber: Data primer diolah Tahun (2021)

Hasil ujian dari Durbi Watson : $N = 50$, $DW = 1,784$, $DL = 1,5035$, $DU = 1,5849$, $4-DL = 4 - 1,5035 = 2,4965$ $4-DU = 4 - 1,5849 = 2,4151$. Tabel 8 menunjukan nilai Durbin-watson sebesar 1,784 sedangkan nilai Du sebesar 1,5849 sehingga dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat adanya autokorelasi karena nilai DW terletak diantara DU sampai dengan (4-du) atau $DU (1,5849) < \text{Durbin-Watson} (1,784) < 4-du (2,4151)$. **Uji Heteroskedastisitas:** Hasil uji heteroskeditas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar 3



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas sebagaimana terlihat dalam gambar 3, bahwa grafik *scatterplot* menunjukkan titik-titik yang menyebar dengan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini memberikan gambaran dan penjelasan bahwa model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi Linear Sederhana: Analisis regresi ini adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Karena pengukuran ini melibatkan satu variabel bebas (x) dan variabel terikat (y), dinamakan analisis regresi linier sederhana yang dirumuskan $y = a + bx$. Nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi untuk variabel x .

Tabel 9. Tabel Koefisien Korelasi

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 16,120 | 2,861 | | 5,624 | ,000 |
| 1 Kepercayaan | ,239 | ,129 | ,259 | ,738 | ,001 |

a. Dependent Variable: jasa

Data: Primer Diolah Tahun 2021

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 21 maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 16,120 + 239x$. Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independen (kepercayaan) dengan variabel dependen (jasa) secara parsial dari persamaan tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa: Nilai konstanta adalah 16,120, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel kepercayaan (nilai $x = 0$) maka kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu sebesar 16,120. Nilai koefisien regresi kepercayaan adalah 0,239 artinya jika variabel kepercayaan (x) meningkat sebesar 1% dan konstanta (a) adalah nol (0) maka kepercayaan pelanggan terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu meningkat sebesar 0,239. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berkontribusi positif terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu, maka makin besar pula tingkat kepercayaan pelanggan terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu. Koefisien Determinasi (R^2), Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) atau 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (y) yang disebabkan oleh variabel bebas (x).

Tabel 10. Tabel Uji R Square
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,346 ^a | ,481 | ,451 | 9,10584 |

a. Predictors: (Constant), kepercayaan

Sumber : Data primer diolah Tahun 2021

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R Square 0,481. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 48,1% sisanya 52% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Uji selanjutnya adalah Uji t. **Uji t** : Dalam penelitian ini telah dilakukan uji signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan hasil uji t sebagaimana tertera dalam tabel 11.

Tabel 11. Tabel Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 16,120 | 2,861 | | 5,634 | ,000 |
| 1 Kepercayaan | ,239 | ,129 | ,346 | ,738 | ,001 |

a. Dependent Variable: jasa

Sumber : Data diolah Tahun 2021

Dilihat dari hasil uji signifikan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) pada tabel 11 bahwa tingkat signifikan $0,01 < 0,05$ maka variabel independen (kepercayaan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (jasa). Sedangkan nilai t hitung (0,738) $> t$ tabel (0,284), maka variabel independen (kepercayaan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (jasa). Karena nilai t -hitung

(0,738) > t-tabel (0,284), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kepercayaan) terhadap variabel dependen (jasa).

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian menunjukkan variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap jasa J&T Express Kabupaten Dompu, karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian ini berarti mendukung hipotesis yang diajukan “kepercayaan berpengaruh terhadap jasa pengiriman paket pada J&T Express Kabupaten Dompu” hasil ini menunjukkan bahwa bahwa J&T Express Kabupaten Dompu selalu memperhatikan dan menjaga kepercayaan pelanggan sehingga akan berdampak positif terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu, seperti teori kepercayaan menurut Indirjo dalam Khakim (2015), kepercayaan pelanggan yaitu kerelaan kerelaan yang bergantung pada patner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri patner itu dapat diletakan keyakinan. Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu, J&T Express yang mempengaruhi peningkatan pelanggan terhadap jasa tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa namun juga harus meningkatkan pelayanan, keramahan, ketetapan waktu yang diberikan kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Wulandari (2018) meskipun berbeda tempat dan variabel penelitian yang menyimpulkan bahwa secara parsial Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT dan Dwi (2019) tentang pengaruh kualitas harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. J&T Express berpengaruh terhadap loyalitas pengguna jasa Pengiriman Paket. Berdasarkan hasil analisis pada Uji t terhadap hipotesis dapat dilihat bahwa Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupten Dompu dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara dua variabel. Hubungan yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif, artinya semakin baik Kepercayaan konsumen terhadap jasa maka akan semakin meningkatkan pengguna jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu. Kesimpulannya adalah semakin baik kepercayaan konsumen terhadap jasa maka akan semakin meningkatkan jumlah konsumen sebagai pengguna jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu.

SIMPULAN

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu Tahun 2021. Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian secara statistik yang telah dilakukan terhadap data-data hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kepercayaan) konsumen terhadap variabel dependen (jasa) pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi dan meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu, maka semakin banyak konsumen yang menggunakan jasa pengiriman pengiriman J&T Express Kabupaten Dompu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Noeraini Irma. Mei, 2016. Pengaruh Tingkat Kepercayaan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan J&T Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (vol. 5, No.5).
- Dwi Lestari Astri, Juli 2019. Pengaruh Kualitas Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Global J&T Expres Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manejemen*, (vol.8, No. 7).
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate denga Program IBM SPPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Kasiram, 2008, Analisis Laporan Keuangan, Raja Grafindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan KevinLane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran Jllid 1, Erlangga, jakarta
- Kotler, P., & Keller, 2010. Manajemen Pemasaran. 13th.ed. Erlangga, Jakarta
- Kotler, P dan Amstrong, 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran terjemahan, Edisi 1, Airlangga, Jakarta
- Lovelock at al 2005, Manajemen Pemasaran Jasa. [Http://Sitedi.Uho.ac.id](http://Sitedi.Uho.ac.id). PT. Indeks

- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, , Alfabet, Bandung
- Sugiyono, 2010, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabet, Bandung
- Sugiyono, 2011, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabet, Bandung
- Sugiyono, 2012, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, PT Rineka Cipta, Jakarta
- Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D, Alfabet, Bandung
- Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Pendidikan, PT. Alfabeta Bandung
- Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, PT. Alfabeta, Bandung
- Sunyoto Danang, 2011. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis (Hal.9 dan 84).
- Rangkuti, F. 2006, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT Gramedia, Jakarta.