

PERANAN *FREE PICK UP SERVICE* DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN DI JNE

THE ROLE OF FREE PICK UP SERVICE AND CASH ON DELIVERY TO CUSTOMER SATISFACTION OF DELIVERY SERVICE USERS AT JNE

Rauzatul Jannah¹⁾ Ismayli²⁾ Fakhrurrazi³⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur

Email : rzt1101101@gmail.com

²⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur

Email : ismaylisaputra1111@gmail.com

³⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur

Email : fakhrurraziunigha.ac.id

Info Artikel	ABSTRAK
<p><i>Riwayat Artikel:</i> Diterima: 20-07-2023 Direvisi: 08-09-2023 Dipublikasikan: 15-09-2023</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh <i>Free pick up service</i> dan <i>Cash on delivery</i> Terhadap Kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie. Dimana variabel independen yaitu <i>Free pick up service</i> (X_1) dan <i>Cash on delivery</i> (X_2) dan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel dependennya. Pada penelitian ini, penulis menjadikan populasi adalah masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie. Sampel dalam penelitian ini adalah 78 responden menggunakan metode Slovin. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi: $Y = 2.523 + 0,624 X_1 + 0,265 X_2$. Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel <i>free pick up service</i> (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 26,5% terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie. Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel <i>Free pick up service</i> (X_1) dan <i>cash on delivery</i> (X_2) terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 87,3% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.</p> <p>Kata kunci : <i>Free pick up service</i>, <i>Cash on Delivery</i>, Kepuasan Konsumen</p>
<p><i>Nomor DOI :</i></p> <p>Cara Mensitasi : Jannah, R. Ismayli. Fakhrurrazi. 2023. <i>Peranan Free Pick Up Service Dan Cash On Delivery Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Di JNE. Jurnal MAFEBIS Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNIGHA</i>, 1(2).29-44</p>	

Article Info	ABSTRACT
<p><i>Article History :</i> Received: 20-07-2023 Revised: 08-09-2023 Published: 15-09-2023</p>	<p><i>This study aims to determine "The Effect of Free pick-up service and Cash on delivery on customer satisfaction using delivery services at JNE Sigli, Pidie Regency. Where the independent variables are Free pick up service (X1) and Cash on delivery (X2) and Consumer Satisfaction (Y) as the dependent variable. In this study, the authors make the population are people who use delivery services at JNE Sigli, Pidie Regency. The sample in this study were 78 respondents using the Slovin method. Based on the research results, the regression equation is obtained: $Y = 2.523 + 0.624 X1 + 0.265 X2$. Based on the results of the analysis above, it can be interpreted that of the two variables studied, it turns out that the free pick-up service variable (X1) has the most dominant influence of 26.5% on customer satisfaction using delivery service users at JNE Sigli, Pidie Regency. The relationship between the dependent and independent variables, namely each variable Free pick-up service (X1) and cash on delivery (X2) on customer satisfaction using delivery services at JNE Sigli, Pidie Regency, with a correlation index of 87.3% This means that the relationship is very strong.</i></p>
<p><i>DOI Number :</i> How to cite : Jannah, R. Ismayli. Fakhurrrazi. 2023. <i>The Role Of Free Pick Up Service And Cash On Delivery To Customer Satisfaction Of Delivery Users At JNE. Jurnal MAFEBIS Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNIGHA</i>, 1(2).129-44</p>	
<p>Keywords: <i>Free shuttle service, Cash on Delivery, Consumer Satisfaction</i></p>	

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Free pick up service merupakan layanan penjemputan kiriman barang atau dokumen langsung ke rumah atau kantor pelanggan. Layanan ini untuk mempermudah para pelanggan dalam mengirimkan barang tanpa perlu repot datang ke perusahaan logistic. Sedangkan *cash on delivery* merupakan suatu transaksi di mana penerima melakukan pembayaran atas barang yang diterima atau dibelinya pada saat barang sudah sampai. Jika pembeli tidak melakukan pembayaran saat pengiriman sudah sampai, produk akan dikembalikan kepada penjual. Bentuk pembayaran yang di terima sesuai dengan ketentuan perjanjian pembelian.

Semakin meluas informasi mengenai jasa *free pick up service* dan terbentuk suatu jaringan atau perkumpulan yang dinamakan olshop atau organisasi pedagang online. Selain *free pick up service* JNE Juga melakukan terobosan atau inovasi baru yaitu COD (*cash on delivery*). COD merupakan sistem pembayaran di tempat. Pemohon bisa membayar melalui kurir, nanti kurir yang akan mengirimkan barang dan langsung mengambil tagihan, tagihan tersebut diserahkan kepada penjual online. *Free pick up service* dan COD ini sudah berjalan sejak awal tahun 2018. Dengan adanya layanan *free pick up service* dan *cash on delivery* (COD) diharapkan dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan sehingga pelanggan terus menggunakan jasa pengiriman barang di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting karena pelanggan yang puas memiliki perilaku yang positif bagi perusahaan, antara lain menjadi loyal, melakukan pembelian ulang, serta menyebarkan *words of mouth* positif. Kepuasan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah atribut produk. Umumnya, dalam bisnis jasa, kepuasan mendapat perhatian yang lebih daripada bisnis barang.

Berdasarkan hasil observasi awal terdapat beberapa konsumen yang menjelaskan bahwa dengan adanya *free pick up service* maka akan mudah dalam pengiriman barang, karena langsung dijemput ke rumah/kantor pelanggan, baik berupa barang maupun dokumen. Layanan tersebut merupakan cara untuk mempermudah pelanggan yang sibuk dan tidak sempat mengantar barang kiriman ke kantor dengan dijemputnya paket kiriman kerumah.

Masalah yang sering di alami oleh berberapa pelanggan, adanya keterlambatan dalam mengambil paket, tidak ada kesesuaiannya dengan janji yang telah disepakati. Dengan sering terjadi kehambatan maka pelangganpun juga merasa tidak puas dengan program *pick up service*. Jika hal tersebut tidak dapat diatasi oleh pihak perusahaan, maka sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan untuk membeli produk secara online.

Selanjutnya *cash on delivery* (COD), metode pembayaran yang dilakukan pelanggan dengan menggunakan pembayaran tunai dikala produk dikirim kerumah pelanggan ataupun ke alamat yang telah ditentukan, COD menawarkan tata cara pembayaran yang lebih aman dan nyaman serta membolehkan pelanggan untuk mengecek mutu produk saat pengiriman, jaminan saat pengiriman serta pembayaran ini menguntungkan bila dibanding dengan tata cara pembayaran online.

Sedangkan masalah yang timbul pada *cash on delivery* (COD) adalah pada saat melakukan pembayaran secara tunai, dimana penyediaan uang pengembalian yang tidak tersedia sehingga membuat pelangga kurang kurang nyaman dengan COD. Selain itu konsumen tidak leluasa dalam sistem pembayaran tersebut karena jika pembelian lebih dari satu jenis produk, maka dapat merepotkan pihak kosumen, jika hal ini tidak dapat diatasi dengan baik dan prosedural yang tepat, maka berdampak pada kepuasan pelanggan untuk membeli produk pada *online* dengan program *free cash on delivery* (COD) tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *free pick up service* berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.
2. Apakah *cash on delivery* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.
3. Variabel mana yang secara bersama-sama berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *free pick up service* terhadap terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.
2. Untuk mengetahui pengaruh *cash on delivery* terhadap terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.
3. Untuk mengetahui variabel yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Free Pick up service

Free pick up service adalah layanan jemputan kiriman langsung ke rumah atau kantor pelanggan, baik barang maupun dokumen. Sedangkan menurut Halisa (2022:7) dalam jurnalnya menyatakan *free pick up service* adalah layanan jemputan kiriman langsung ke rumah/kantor pelanggan, baik berupa barang maupun dokumen. Layanan tersebut merupakan cara untuk mempermudah pelanggan yang sibuk dan tidak sempat mengantar barang kiriman ke kantor pos dengan dijemputnya paket kiriman kerumah.

Free pick up service adalah suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh pihak BPR dalam hal ini BPR Putra Riau Mandiri kepada nasabah. *Free Pick up service* memberikan kemudahan-kemudahan, dalam jurnal Elmiyanti, (2018). Kepada nasabah yang memiliki kesibukan tersendiri dimana nasabah tidak bisa menyempatkan diri untuk menyetor dana tunainya di kantor.

Free pick up service yang dimaksud adalah bahwa nasabah tidak perlu repot- repot untuk membawa uangnya dan menanggung risiko menuju ke bank BPR ditempat keramaian dengan membawa sejumlah uang untuk disetorkan kerekeningnya, malainkan cukup dengan menelpon pihak kantor untuk menjemput dana tunainya atau diambil sesuai dengan kesepakatan sebelumnya antara divisi marketing dengan nasabah.

Menurut Suryani dalam Elmiyanti, (2018), *free pick up service* dapat diukur dengan indikator:

- a. Reliabilitas
Reliabilitas dinilai dari kemampuan *website* dalam memberikan informasi dan ketepatan dalam pengisian, respon yang tepat dan cepat, menjaga informasi personal secara aman.
- b. Ketanggapan
Pelanggan mengharapkan pihak perusahaan yang melakukan pembelian melalui *online* cepat tanggap jika ada masalah-masalah yang disampaikan oleh pelanggan. Pelanggan biasanya menilai ketanggapan ini kecepatan navigasi, menelusuri informasi, kesempatan untuk bertanya dan dalam menerima jawaban.
- c. Kepercayaan
Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan pelanggan untuk menerima kerentanan dari belanja *online* dalam memenuhi harapannya.
- d. Personalisasi
Personalisasi mencakup layanan yang memungkinkan pelanggan memperoleh perhatian dan berdialog dengan perusahaan.

Cash On Delivery (COD)

Menurut Tangkary, dkk (2018:34) yang dimaksud dengan *Cash on delivery* adalah pembayaran dilakukan secara tunai saat barang diterima oleh pembeli. Pembayaran transaksi dengan metode ini masih banyak dilakukan di Indonesia. ini berhubungan dengan masalah kepercayaan. Bagi sebagian besar masyarakat, belanja online masih dianggap mengkhawatirkan, khususnya dalam hal pembayaran, mengingat maraknya kasus penipuan bisnis online. Bagi pembeli yang masih ragu – ragu, biasanya mereka lebih memilih layanan COD untuk belanja online.

Cash on delivery (COD) merupakan metode pembayaran yang dilakukan pelanggan dengan menggunakan pembayaran tunai dikala produk dikirim kerumah pelanggan ataupun ke alamat yang telah ditentukan, COD menawarkan tata cara pembayaran yang lebih aman dan nyaman serta membolehkan pelanggan untuk mengecek mutu produk saat pengiriman, jaminan saat pengiriman serta pembayaran ini menguntungkan bila dibanding dengan tata cara pembayaran online, oleh sebab itu COD adalah alternatif menguntungkan bagi pelanggan yang ingin membeli produk secara online (Halaweh, 2018:46) .

Beberapa faktor *Cash on delivery* menurut Setiawan (2021:37) sebagai berikut:

- 1) Memudahkan dalam menjalankan bisnis, Untuk sukses memulai bisnis tidak selalu berjalan lancar, diperlukan beberapa keahlian dan langkah yang harus dilakukan dengan benar
- 2) Dapat membangun reputasi. Pengembangan diri adalah memaksimalkan semua potensi

yang Anda punya untuk menjadi pribadi yang tangguh dan unggul serta mampu beradaptasi dalam situasi apa pun.

- 3) Waktu lebih efisien. Manajemen waktu yang baik memungkinkan kita untuk dapat menyelesaikan banyak aktivitas setiap harinya.
- 4) Menghemat tenaga. tindakan mengurangi jumlah penggunaan energi
- 5) Menghemat biaya operasional. menambah jumlah keuntungan perusahaan. Sehingga makin banyak biaya yang bisa disisihkan, maka makin besar dana yang dapat dipakai untuk meningkatkan bisnis menjadi lebih optimal

Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dalam Elmiyanti, (2018) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Seperti dijelaskan dalam definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang

Menurut Anderson dalam Pranitasari dan Zahrani (2017:4) Kepuasan pelanggan digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan di kedua internal untuk mengkompensasi sumber daya manusia, mengamati kinerja dan menetapkan dana serta untuk Kepuasan pelanggan eksternal juga sebagai sumber informasi bagi semua pemangku kepentingan (pelanggan, kebijakan publik yang dibuat pesaing dan investor)

Menurut Albinsson dalam jurnal Manuhutu (2021:6) kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam jurnalnya Firmansyah, (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

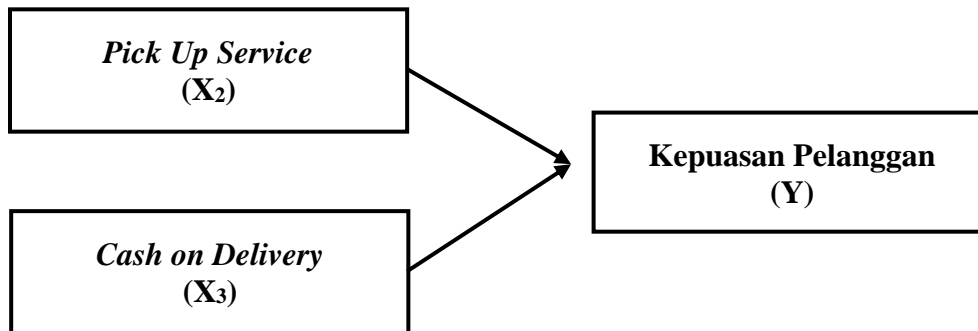
1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan.
2. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu harga yang relatif murah dan produk yang memiliki kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan yang dialami pelanggan.
5. Faktor pribadi dari pelanggan, yaitu karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.

Menurut Irawan (2017:6) indikator kepuasan pelanggan dibentuk dalam 8 katagori, yaitu :

1. Nyaman dengan pelayanan, menghadirkan rasa senang, tanpa merasa dirugikan
2. Penampilan yang menyenangkan, penampilan yang dipakai rapi dan bersih, sehingga membuat pengunjung tertarik dengan pelayanan.
3. Sesuai dengan harapan, menu makanan dan minuman yang dihidangkan sesuai dengan pesanan
4. Berkunjung kembali, adanya rasa ingin berkunjung kembali
5. Bersedia merekomendasikan, setelah berkunjung ketempat tersebut, pengunjung akan memberitahukan kepada orang lain akan tempat tersebut.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang penulis kemukakan pada latar belakang masalah dan juga landasan teori, maka penulis menjabarkan kerangka pikir peranan *free pick up service* dan *Cash on delivery* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie ini yang kemudian akan dijadikan pegangan dalam penelitian ini dalam gambar di halaman berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka pemikiran

Hipotesis

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini bahwa diduga *free pick up service* dan *cash on delivery* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat survei. Penelitian dilaksanakan pada konsumen yang membeli pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie yang beralamat: Cot Teungoh Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie, Aceh 24112.

Objek penelitian dalam penelitian ini memfokuskan tentang pengaruh *pick up service* dan *cash on delivery* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menjadikan populasi adalah masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie. Prosedur yang di gunakan untuk pengumpulan data adalah Teknik *Probability sampling*, yaitu Teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih untuk menjadi anggota sampel.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Jumlah pelanggan JNE Sigli dalam 2 bulan terakhir yaitu sebanyak 850 pelanggan, penulis menggunakan rumus slovin agar penelitian dapat lebih mudah. Untuk lebih jelas rumus Slovin yang dikemukakan oleh Umar (2018:78) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{850}{(850)(0,1)^2 + 1} = 89$$

Sumber : Umar (2018:78)

Maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 89 responden .

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*interview*) dan observasi, yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data atau bahan-bahan keterangan dengan tatap muka langsung dengan para responden.
2. Kuesioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.
3. Studi pustaka (*Library Research*), yaitu pengumpulan data secara teoritis dengan cara menelaah berbagai buku literature dan bahan teori lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas yang ada hubungannya dengan landasan teori yang dipaparkan dalam penelitian ini.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel penelitian dimaksudkan untuk memberikan kesimpulan yang dapat memperjelas batasan, pengertian, dan ruang lingkup penelitian yang akan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini mengenai bagaimana peran *free pick up service*, dan *cash on delivery* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Tabel Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Item
1.	Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. (1) Manuhutu (2021:4)	1. Nyaman dengan pelayanan 2. Penampilan yang menyenangkan 3. Sesuai dengan harapan 4. Berkunjung kembali 5. Bersedia merekomendasikan Irawan Lubis (2017:6)	Likert	Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5
2.	<i>Free Pick up service</i> (X1)	<i>Pick up service</i> adalah layanan jemputan kiriman langsung ke rumah/kantor	1. Efisien waktu 2. Mengurangi resiko 3. Waktu yang fleksibel	Likert	X1.1 X1.2 X1.3

		pelanggan, baik berupa barang maupun dokumen. Ainiyah (2018:17)	4. Informasi 5. Kemampuan Ainiyah (2018:19)		X1.4 X1.5
3.	<i>Cash on delivery</i> (X2)	<i>Cash on delivery</i> merupakan metode pembayaran yang dilakukan pelanggan dengan menggunakan pembayaran tunai dikala produk dikirim kerumah pelanggan ataupun ke alamat yang telah ditentukan. (Halaweh, 2018:46)	1. Memudahkan dalam menjalankan bisnis. 2. Dapat membangun reputasi. 3. Waktu lebih efisien. 4. Menghemat tenaga. 5. Menghemat biaya operasional. Setiawan (2021:37)	Likert	X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5

Teknis Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara *free pick up service* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan program SPSS Versi 21. Uji hipotesis linier berganda menurut (Sudijiono (2017: 65) dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan pelanggan
- a = Bilangan konstanta
- b₁ = Koefisien regresi
- b₂ = Koefisien regresi
- X₁ = *Free Pick up service*
- X₂ = *Cash on delivery*
- e = Kesalahan (standar error)

Pengujian Hipotesis

Untuk melihat hubungan antara jumlah kepuasan pelanggan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu *free pick up service*, dan *cash on delivery* secara parsial, dilakukan dengan uji signifikan koefisien parsial.

Uji t

1. Jika t hitung lebih besar (>) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu *free pick up service* dan *cash on delivery* berpengaruh nyata terhadap Kepuasan pelanggan (Y).
2. Jika t hitung lebih kecil (<) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu *free pick up service* dan *cash on delivery* tidak berpengaruh nyata terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

Untuk mengetahui hubungan antara jumlah kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie dengan faktor- faktor yang mempengaruhinya yaitu *free pick up service* dan *cash on delivery* secara simultan (serentak) dilakukan.

Uji F

1. Jika F hitung lebih besar ($>$) dari F tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu *free pick up service* dan *Cash on delivery* berpengaruh nyata terhadap jumlah kepuasan pelanggan (Y).
2. Jika F hitung lebih kecil ($<$) dari F tabel pada signifikan 5% berarti salah satu dari variabel bebas (X) yaitu *free pick up service* dan *Cash on delivery* tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah kepuasan pelanggan (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Pengujian validitas butir-butir dari kuisisioner ini dilakukan secara statistik, yaitu menggunakan metode korelasi *product moment*, dengan kriteria penentuan jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh lebih besar dari pada koefisien dari tabel nilai-nilai kritis r, yaitu pada taraf signifikan 5%, instrumen tes yang diujicobakan tersebut dinyatakan valid. Nilai r tabel untuk penelitian ini adalah 0.22. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner dikatakan valid dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid sebagai instrumen penelitian. Adapun hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis=5%(78)	Ket
X ₁	X1.1	0,717	0,22	Valid
	X1.2	0,457	0,22	Valid
	X1.3	0,700	0,22	Valid
	X1.4	0,782	0,22	Valid
	X1.5	0,672	0,22	Valid
X ₂	X2.1	0,795	0,22	Valid
	X2.2	0,781	0,22	Valid
	X2.3	0,706	0,22	Valid
	X2.4	0,815	0,22	Valid
	X2.5	0,588	0,22	Valid
Y	Y1	0,747	0,22	Valid
	Y2	0,619	0,22	Valid
	Y3	0,683	0,22	Valid
	Y4	0,775	0,22	Valid
	Y5	0,696	0,22	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner dalam penelitian ini adalah valid hal ini ditunjukkan dengan nilai r_{hitung} pada masing-masing item lebih besar dari r_{tabel} (0,22), artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian kehandalan ditunjukkan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Tinggi rendahnya kelan digambarkan melalui koefisien reliabilitas dalam suatu rangka tertentu. Dalam pengujian kehandalan digunakan tes konsistensi internal yaitu

sistem pengujian terhadap sekelompok tertentu, kemudian dihitung skornya dan diuji konsistensinya terhadap berbagai item yang ada dalam kelompok tersebut.

Nilai koefisien alpha bervariasi mulai dari 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) dan untuk nilai alphanya = 0,60 atau kurang memberi indikasi bahwa alat ukur tersebut kurang kehandalannya.

Tabel Reliabilitas Variabel Penelitian Alpha

No	Variabel	Item Variabel	Nilai Alpha	Kehandalan
1	<i>Free pick up service</i> (X_1)	5	0,689	Handal
2	<i>Cash on delivery</i> (X_2)	5	0,790	Handal
3	Kepuasan pelanggan (Y)	5	0,740	Handal

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa alpha untuk masing-masing variabel yaitu Variabel *Free pick up service* (X_1) diperoleh nilai alpha sebesar 0,689, dan Variabel *Cash on delivery* (X_2) diperoleh nilai alpha sebesar 0,790 serta variabel Kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai alpha sebesar 0,740.

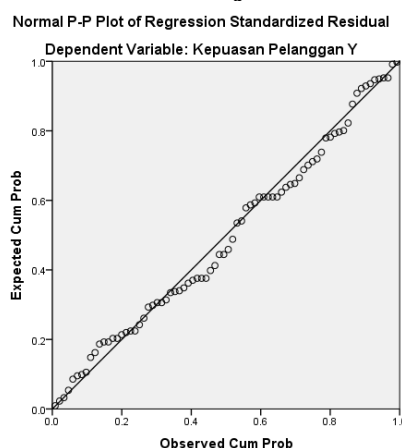
Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa pengukuran kehandalan memenuhi syarat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa kuesioner ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

Analisis Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data dari sampel yang diambil normal atau tidak. Residual variabel yang terdistribusi normal yang akan terletak di sekitar garis horizontal (tidak terpisah jauh dari garis diagonal). Berdasarkan P-Plot pada lampiran menunjukkan sebaran *strdized residual* berada dalam kisaran garis diagonal. Seperti terlihat pada gambar berikut :

Gambar Grafik Uji Normalitas



Normalitas dapat juga dilihat melalui uji Kolmogorov-smirnov Z, apabila probabilitas Kolmogorov-Smirnov $Z > 0,05$, maka data penelitian mempunyai distribusi normal. Berdasarkan pengujian Kolmogorov-Smirnov Z, menunjukkan bahwa probabilitas Kolmogorov-Smirnov $Z > 0,05$. Ini berarti data penelitian ini mempunyai distribusi normal dengan perinciannya sebagai berikut:

Tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14794698
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.055
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai yang signifikan 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat diambil keputusan data terdistribusi normal. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini benar-benar memenuhi asumsi normalitas, yang berarti bahwa data terdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diuji dengan melihat VIF dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Bila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas atau non multikolinearitas artinya data yang diteliti tidak terdapat pengaruh variabel luar yang dapat merusak kualitas data yang diperoleh. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel Nilai VIF Variabel Bebas

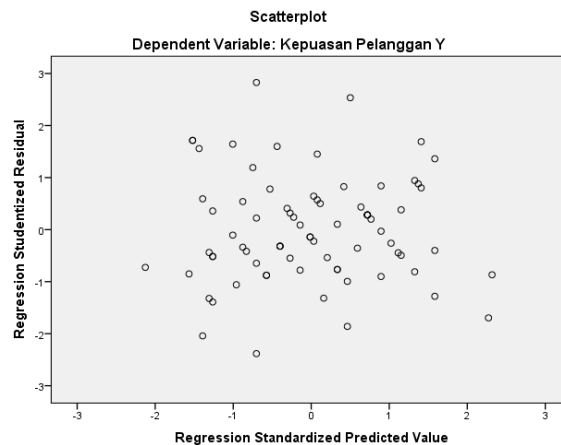
Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Variabel <i>Free pick up service</i> (X_1)	0,576	1,737	Non Multikolinearitas
Variabel <i>Cash on delivery</i> (X_2)	0,576	1,737	Non Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua indikator dalam penelitian ini telah bebas adanya variabel pengganggu yang dapat mengurangi validitas hasil penelitian, karena diperoleh nilai multikolinearitas berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflating Faktor*) lebih kecil dari nilai 10.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Hasil pengolahan data menunjukkan grafik *scatterplot* seperti terlihat sebagai berikut :

Gambar Grafik Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar di atas terlihat bahwa grafik *scatterplot* tidak memiliki pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), dengan demikian dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Pembahasan

Untuk mengetahui pengaruh *free pick up service* dan *Cash on delivery* Terhadap Kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie, maka dilakukan analisis data melalui regresi linear berganda. Dimana hasilnya dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel Pengaruh Masing-masing Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Nama Variabel	B	Str Error	Beta	t _{hitung}	t _{tabel}	Sign
Konstanta	2.523	1.028		2.454	1,665	,016
<i>Free pick up service</i> (X ₁)	.624	.075	.617	8.328	1,665	,000
<i>Cash on delivery</i> (X ₂)	.265	.059	.335	4.527	1,665	,000
Koefisien Korelasi (R)	= .873 ^a					
Koefisien Determinasi (R ²)	= .763					
Adjusted R Squares	= .757					
F _{hitung}	= 120.719					
F _{tabel}	= 3.09					
Sign F	= 0,000					

Dari output SPSS diatas dengan dipergunakan model regresi berganda, dapat difungsikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2.523 + 0,624 X_1 + 0,265 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 2,523 artinya jika *Free pick up service* (X₁) dan *Cash on delivery* (X₂) dianggap konstan, maka kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie adalah sebesar 2,523 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Kepuasan pelanggan (Y) yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie sangat baik.

Nilai koefisien regresi *free pick up service* sebesar 0,624 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *free pick up service* (X_1), akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 62,4%. Ini berarti terjadi peningkatan Kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Nilai koefisien regresi *cash on delivery* sebesar 0,265 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *cash on delivery* (X_2) akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 26,5%. Ini berarti terjadi peningkatan kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel *free pick up service* (X_1) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 26,5% terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel *Free pick up service* (X_1) dan *cash on delivery* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 87,3% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.

Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel pengembangan variabel *free pick up service* (X_1) dan *cash on delivery* (X_2) sebesar 76,3% ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie dan sebesar 23,7% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (secara parsial). Pembuktian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Uji t

Model	Unstrdized Coefficients		Strdzied Coefficients	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.523	1.028		2.454	1,665	.016
1 <i>Free pick up service</i> (X_1)	.624	.075	.617	8.328	1,665	.000
<i>Cash on delivery</i> (X_2)	.265	.059	.335	4.527	1,665	.000

Variabel *free pick up service* (X_1) diperoleh t_{hitung} 8.328 > t_{tabel} 1,665, sehingga Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel *free pick up service* (X_1) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Variabe *cash on delivery* (X_2) diperoleh t_{hitung} 4.527 > t_{tabel} 1,665, sehingga Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel *cash on delivery* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

Uji f

Uji f dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Pembuktiannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel Hasil Analisis Uji f

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	F_{tabel}	Sig.
1	Regression	326.646	2	163.323	120.719	3.11	0,000
	Residual	101.469	75	1.353			
	Total	428.115	77				

Hasil pengujian secara simultan di peroleh $f_{hitung} 120.719 > f_{tabel} 3,11$. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya bahwa variabel *free pick up service* (X_1) dan *cash on delivery* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang “Peran *Free Pick up Service* dan *Cash on Delivery* Terhadap Kepuasan Pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie” adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,523 artinya jika *Free pick up service* (X_1) dan *Cash on delivery* (X_2) dianggap konstan, maka kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie adalah sebesar 2,523 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Kepuasan pelanggan (Y) yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi *free pick up service* sebesar 0,624 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *free pick up service* (X_1), akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 62,4%. Ini berarti terjadi peningkatan kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie.
3. Nilai koefisien regresi *cash on delivery* sebesar 0,265 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan *cash on delivery* (X_2) akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 26,5%. Ini berarti terjadi peningkatan kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie
4. Variabel *free pick up service* (X_1) diperoleh $t_{hitung} 8.328 > t_{tabel} 1,665$, sehingga Hipotesis Nol (H_o) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel *free pick up service* (X_1) ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie
5. Variabel *cash on delivery* (X_2) diperoleh $t_{hitung} 4.527 > t_{tabel} 1,665$, sehingga Hipotesis Nol (H_o) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel *cash on delivery* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie
6. Hasil pengujian secara simultan di peroleh $f_{hitung} 120.719 > f_{tabel} 3,11$. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya bahwa variabel *free pick up service* (X_1) dan *cash on delivery* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie

Saran

Adapun saran yang dapat saya sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan pengguna jasa pengiriman di JNE Sigli Kabupaten Pidie, hendaknya pihak aplikasi harus lebih memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan konsumen, supaya konsumen dapat menanggapi positif apa yang disediakan oleh perusahaan JNE agar mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pengguna JNE Sigli Kabupaten Pidie.
2. Sebaiknya, pihak manajemen JNE Sigli lebih memperhatikan apa saja yang dapat menunjang loyalitas konsumen seperti *free pick up service* dan *cash on delivery* serta faktor-faktor lain, agar konsumen akan merasa puas terhadap apa yang disediakan oleh pendukung lain dari JNE Sigli Kabupaten Pidie.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Irawan Setiyanto. 2017. *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention*. Jurnal Akutansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol.5, No.1, 105-110.
- Amaroh U'un Setiawan, 2021. *Pengaruh harga, e-wom, dan sistem pembayaran cash on delivery terhadap keputusan Pembelian di shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Solo Raya)*. SKRIPSI Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Halaweh. (2018). *Cash on Delivery (COD) as an Alternative Payment Method for Ecommerce Transactions : Analysis and Implications*:. Sociotechnology and Knowledge Development. Vol: 10(4).
- Halisa, Nur, 2022. *Pengaruh Online Customer Review Dan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Siliwangi)*. Sarjana thesis, Universitas Siliwangi.
- Husein, Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Meldi Manuhutu, 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah*. Politeknik Negeri Ambon 1 Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 7 No.1 Juli 2021 Hal. 17 – 24.
- Santoso, Singgih. 2017. *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex. Media Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,
- Tangkary, dkk. 2018. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi turnover intention pada agent outbound call PT infomedia nusantara menggunakan metode structural equation modelling*. Jurnal rekayasa sipil, Vol 8, no.2.

- Trianah, L., Pranitasari, D., & Zahrani Marichs, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105 - 122. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.2017>.
- Yona Elmiyanti, 2018. Analisis pengaruh pick up service terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bprs ampek angke Candung. SKRIPSI. Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(IAIN)Bukittinggi.