

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan analisis dari hasil penelitian mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Logistik terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman JNE. Analisis data dimulai dari deskripsi karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas data, statistik deskriptif, hasil uji asumsi klasik, hasil uji hipotesis, dan hasil uji regresi liner berganda. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa pengumpulan data penelitian untuk pengujian hipotesis yaitu *Perception of Order Placement Activities*, *Perception of Order Receipt* dan *Satisfaction* pada jasa pengiriman JNE. Secara keseluruhan jumlah sampel yang didapat sebesar 131 responden. Jumlah responden yang mengisi kuesioner dan dalam syarat sebagai data sampel yang sudah di sebutkan pada bab sebelumnya, sampel yang memenuhi syarat sebagai data penelitian sebanyak 125 responden. Setelah data terkumpul, selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan SPSS 16,0.

4.1. Hasil Analisis Data

4.1.1. Deskripsi Responden

Sebelum melakukan analisis lebih dahulu dikemukakan gambaran karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendapatan per bulan. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Islam

Indonesia yang menggunakan jasa pengiriman JNE. Adapun uraian gambaran umum responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.1.1.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik menurut jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

	Jumlah	Persentase
Laki-laki	59	47.2
Perempuan	66	52.8
Total	125	100.0

Sumber : data diolah pada SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.1 di atas terlihat bahwa responden terbanyak berjenis kelamin perempuan yaitu 66 atau 52,8 % sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki 59 responden atau 47,2%.

4.1.1.2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik menurut Usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Usia

	Jumlah	Persentase
> 20 tahun	28	22.4
21-35 tahun	90	72.0
lain-lain	7	5.6
Total	125	100.0

Sumber: data diolah pada SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.2 di atas terlihat bahwa responden yang terbanyak yang berusia >20 tahun berjumlah 28 responden atau 22,4 %. Sedangkan yang berusia 21-35 tahun berjumlah 90 responden atau 72,0 %. Sedangkan yang berusia < 20 tahun sebanyak 7 responden atau 5,6 %.

4.1.1.3. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Perbulan

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik menurut Usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Pendapatan Perbulan

	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	33	26.4
> Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	54	43.2
> Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	16	12.8
> Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	13	10.4
> Rp 4.000.000	9	7.2
Total	125	100

Sumber: data diolah pada SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.3 di atas terlihat bahwa responden yang menghasilkan pendapatan perbulan terbanyak adalah > Rp. 1.000.000 – Rp.2.000.000 yang berjumlah 54 responden atau 43,2%, lalu pada posisi kedua < Rp. 1.000.000 yang berjumlah 33 responden atau 26,4%, pada posisi ketiga > Rp. 2.000.000 – Rp.3.000.000 yang berjumlah 16 responden atau 12,8%, pada posisi keempat > Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000 yang berjumlah 13 responden atau 10,4%, dan sedangkan pada posisi kelima Rp.4.000.000 yang berjumlah 9 responden atau 7,2%.

4.2. Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Dalam mendeskripsikan jawaban variabel dapat ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari variabel itu sendiri. Hal tersebut dapat ditentukan pada nilai minimum dan maksimum dari variabel. Maka persamaan variabel didapatkan.

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum} - \text{minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Dengan keterangan yaitu.

Nilai rata-rata 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak baik

Nilai rata-rata 1,81 – 2,60 = Tidak baik

Nilai rata-rata 2,61 – 3,40 = Netral

Nilai rata-rata 3,41 – 4,20 = Baik

Nilai rata-rata 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

3.8.4 Perception Order Placement

Pada variabel ini dibagi menjadi beberapa variabel terikat yaitu ada variabel kualitas kontak personal, jumlah pesanan liris, kualitas informasi pesanan, prosedur pemesanan. Adapun hasil deskriptif atau penilaian responden pada kolaborasi eksternal sebagai berikut.

4.2.1.1. Kualitas Kontak Personal

Hasil deskriptif atau penilaian responden pada kolaborasi eksternal ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Kualitas Kontak Personal

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	JNE memberikan pelayanan baik dan ramah	3.88	Baik
2	JNE menjelaskan pertanyaan procedural pengiriman yang baik dan murah	3.56	Baik
3	JNE memberikan penjelasan mengenai produk yang dijual	3.28	Netral
4	JNE bertanggung jawab saat melakukan kesalahan	3.76	Baik
5	Karyawan JNE memberikan alasan yang baik dan jelas saat melakukan kesalahan	3.68	Baik
6	Mudah menghubungi operator saat terjadi kesalahan atau menanyakan informasi	3.72	Baik
Rata-rata Total		3.64	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dari 125 responden, bahwasannya responden memberikan penilaian baik terhadap pertanyaan yang disampaikan kecuali pada pertanyaan 3 membrikan penilaian Netral. Penilaian tertinggi pada variabel kualitas kontak personal yaitu ditunjukkan pada pertanyaaan 4 dan penilaian terendah ditunjukkan pada pertanyaan ke 3. Dalam hal ini pelangga peduli terhadap pengantaran loogistik jika dilihat dari penilaian deskriptif responden.

4.2.1.2. Jumlah Pesanan Rilis

Berikut penjelasan hasil penilaian deskriptif terhadap variabel jumlah pesanan rilis, dari hasil pengambilan kuisisioner bahwasannya hasil nilai penilaian deskriptif sebagai berikut.

Tabel 4.5
Jumlah Pesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	JNE jarang melakukan pengiriman yang salah	3.76	Baik
2	JNE selalu mengirimkan pesanan dengan jumlah yang sesuai	4.112	Baik
	Rata-rata Total	3.93	Baik

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya dari 125 responden menyatakan baik terhadap pertanyaan atau pelayanan dari perusahaan. Nilai tertinggi dari variabel jumlah pesanan rilis yaitu pertanyaan 2 dan nilai terendah pada pertanyaan 1. Oleh karena itu dilihat dari hasil pengolahan data, bahwasannya perusahaan dinyatakan baik dari varibel jumlah pesanan rilis.

4.2.1.3. Kualitas Informasi Pemesanan

Hasil penilaian deskriptif terhadap variabel kualitas informasi pemesanan sebagai berikut.

Tabel 4.6
Kualitas Informasi Pemesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	JNE memberikan fasilitas dalam proses pengiriman barang	4	Baik
2	JNE memberikan penjelasan mengenai produk yang dijual	3.64	Baik
3	JNE sangat cepat dan tanggap memberikan pelayanan	3.736	Baik
	Rata-rata Total	3.79	Baik

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas hasil pengolahan data bahwasannya kesemua responden memberikan penilaian baik terhadap pertanyaan yang disampaikan. Dari semua pertanyaan, nilai paling tinggi yaitu pertanyaan 1 dan nilai paling

rendah yaitu pertanyaan 2. Dalam hal ini, bahwasannya pelanggan menyatakan baik atas informasi yang diberikan oleh pemasok mengenai produk yang dapat dipilih pelanggan.

4.2.1.4. Prosuder Pemesanan

Hasil penilaian deskriptif pada variabel pemesanan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Prosedur Pemesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Prosedur pengiriman barang yang diberikan oleh JNE mudah digunakan dan dipahami.	3.992	Baik
2	Terdapat brousure cara mengirimkan barang di setiap outlet	3.584	Baik
Rata-rata Total		3.78	Baik

Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya dari hasil pengolahan dat variabel prosedur pemesanan responden memberikan penilaian baik terhadap pertanyaan yang disampaikan. Nilai paling tinggi yaitu pada pertanyaan 1 dan penilaian terendah pada pertanyaan 2. Dari hasil pengolahan data bahwasannya efesiensi dan efektivitas prosedur yang diikuti oleh konsumen dinyatakan baik.

4.2.2. *Perception Order Receipt*

Pada variabel ini dibagi menjadi beberapa variabel terikat yaitu akurasi pesanan, kondisi pesanan, kualitas pesanan, ketepatan waktu, dan penanganan perbedaan pesanan. Adapun hasil deskriptif atau penlian responden pada kolaborasi eksternal sebagai berikut:

4.2.2.1. Akurasi Pesanan

Hasil penilaian deskriptif dari variabel terikat akurasi pesanan sebagai berikut.

Tabel 4.8
Akurasi Pesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Barang yang diterima oleh konsumen dalam keadaan yang baik	4.008	Baik
2	JNE tidak pernah melakukan pengiriman yang salah	3.52	Baik
3	Barang yang di kirim oleh JNE sampai ke tempat tujuan dengan tepat	4.12	Baik
	Rata-rata Total	3.88	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel diatas bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik pada pertanyaan yang disampaikan. Dimana nilai paling tinggi yaitu pada pertanyaan 3 dan nilai terendah pada pertanyaan 2. Dari pengolahan data, bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap ketepatan pengiriman sesuai dengan pesanan setelah barang sampai.

4.2.2.2. Kondisi Pesanan

Hasil pengolahan data penilaian deskriptif dari variabel kondisi pesanan sebagai berikut.

Tabel 4.9
Kondisi Pesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Saya menerima barang sesuai dengan pesanan	4.08	Baik
2	Kondisi barang yang saya terima	4.27	Baik

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
	tidak rusak		
	Rata-rata Total	4.17	Baik

Berdasarkan tabel diatas dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap pertanyaan yang disampaikan. Nilai paling tinggi yaitu pertanyaan 2 dan nilai terendah yaitu pertanyaan 1. Dari hasil pengolahan data, bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap kondisi barang yang dipesan melalui jasa pengiriman perusahaan logistik ini.

4.2.2.3. Kualitas Pesanan

Dari hasil pengolahan data penilaian deskriptif dari variabel kualitas pesanan sebagai berikut.

Tabel 4.10
Kualitas Pesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Perusahaan JNE memberikan ganti rugi saat konsumen mengkomplain barang yang diterima rusak atau tidak sesuai	3.51	Baik
2	JNE memenuhi harapan dalam jasa pengiriman.	3.8	Baik
3	Saya merasa aman menggunakan layanan jasa pengiriman JNE	3.97	Baik
	Rata-rata Total	3.76	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel kualitas pesanan, hasil pengolahan data dapat dilihat bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap variabel kualitas pesanan. Adapun nilai paling tinggi pada variabel ini yaitu pertanyaan 3 dan nilai terendah pada pertanyaan 1. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwasannya rata-

rata responden menyatakan baik terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mengenai kualitas pesanan.

4.2.2.4. Ketepatan Waktu

Hasil pengolahan data penilaian deskriptif dari variabel terikat ketepatan waktu sebagai berikut.

Tabel 4.11
Ketepatan Waktu

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Rentang waktu pengiriman barang singkat	3.584	Baik
2	Penerimaan barang tepat waktu	3.544	Baik
3	Pengiriman ulang barang complain yang singkat.	3.336	Baik
	Rata-rata Total	3.48	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel ketepatan waktu dapat dilihat bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap pertanyaan yang disampaikan.

Nilai paling tinggi pada pertanyaan 1 dan nilai paling rendah pada pertanyaan 3. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya, rata-rata responden menyatakan baik terhadap ketepatan waktu atau pesanan

tiba sesuai dengan tanggal yang sudah ditentukan.

4.2.2.5. Penanganan Perbedaan Pesanan

Hasil pengolahan data penilaian deskriptif dari penanganan perbedaan pesanan sebagai berikut.

Tabel 4.12
Penangan Perbedaan Pesanan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	JNE secara langsung menindak lanjuti complain dari konsumen	3.616	Baik
2	JNE akan memberikan asuransi apabila terdapat kerusakan terhadap pesanan	3.616	Baik
Rata-rata Total		3.61	Baik

Dari tabel penanganan perbedaan pesanan, hasil pengolahan data dapat dilihat bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap variabel penanganan perbedaan pesanan. Dapat disimpulkan bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan mengenai penanganan perbedaan pesanan.

4.2.3. Satisfaction

Hasil pengolahan data dari kepuasan responden terhadap kinerja yang dirasakan, penilaian deskriptif sebagai berikut.

Tabel 4.13
Kepuasan

No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	JNE merupakan pilihan pertama saya	3.536	Baik
2	Saya akan menjadi pelanggan setia JNE	3.824	Baik
3	Secara keseluruhan saya puas dengan pelayanan JNE	3.4	Baik
Rata-rata Total		3.53	Baik

Sumber : Data Diolah, 2019

Hasil dari pengolahan data pada variabel ini yang ditunjukkan pada tabel kepuasan, bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap pertanyaan yang disampaikan. Nilai paling tinggi yaitu

pertanyaan 2 dan nilai paling rendah yaitu pertanyaan 3. Sehingga dapat dinyatakan bahwasannya rata-rata responden menyatakan baik terhadap kepuasan dari kinerja perusahaan dalam mengutamakan *cusomer service* sehingga memunculkan pelanggan yang setia.

4.3. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Penelitian

Rekapitulasi jawaban responden terhadap penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Rekapitulasi jawaban responden

Variabel	Rata - rata	Keterangan
<i>Perception Order Placement</i>		
– Kualitas kontak personal	3,64	
– Jumlah pesanan rilis	3,93	
– Kualitas informasi pemesanan	3,79	
– Prosedur pemesanan	3,78	
Jumlah	15.14	Baik
Jumlah rata-rata	3.747	Baik

Variabel	Rata - rata	Keterangan
<i>Perception Order Receipt</i>		
– Akurasi pesanan	3.88	
– Kondisi pesanan	4.17	
– Kualitas pesanan	3.76	
– Ketepatan waktu	3.48	
– Penanganan perbedaan pesanan	3.61	
Jumlah	18.9	Baik
Jumlah rata-rata	3.844	Baik

Variabel	Rata-rata	Keterangan
<i>Satisfaction</i>	3.53	Baik
Jumlah rata-rata	3.53	

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dijelaskan beberapa hal berikut:

1. Nilai rata-rata pada variabel *Perception Order Placement* adalah sebesar 3,747 dan nilai minimum pada variabel *Perception Order Placement* adalah 2,38.
2. Nilai rata-rata pada variabel *Perception Order Receipt* adalah sebesar 3,844 dan nilai minimum pada variabel *Perception Order Receipt* adalah 2.
3. Nilai rata-rata pada variabel *Satisfaction* adalah sebesar 0,827 dan nilai minimum pada variabel *Satisfaction* adalah 0,23.
4. Jumlah nilai rata-rata dari variabel *Perception Order Placement*, *Perception Order Receipt*, dan variabel *Satisfaction* adalah 2,806 dan Jumlah nilai minimum dari variabel *Perception Order Placement*, *Perception Order Receipt*, dan variabel *Satisfaction* adalah 1,53.

4.4. Uji Validitas

Uji validasi ini dilakukan dengan menggunakan metode *Pearson Correlation*. Dimana pada pengujian ini membandingkan antara R hitung dengan R tabel. Dengan *degree of freedom* (df)= n-2 dan alpha 0.05. Maka didapatkan nilai R tabel sebesar sebesar 0.1478.

Adapun variabel yang diuji adalah variabel *perception of order placement*, *perception of order receipt*, dan *satisfaction*.

4.4.1. Uji Validasi Variabel *Perception of Order Placement*

Dengan menggunakan 125 responden Fakultas, dari variabel ini ada 13 item pertanyaan yang mengenai variabel terkait. adapun hasil uji validasi dengan menggunakan metode *pearson correlation* sebagai berikut.

Tabel 4.15
Uji Validasi Variabel *Perception of Order Placement*

Keterangan	n = 125 R _{tabel} = 0,1478		
	Korelasi	Signifikan	Hasil
X1.1	0,625	0,000	Valid
X1.2	0,701	0,000	Valid
X1.3	0,628	0,000	Valid
X1.4	0,698	0,000	Valid
X1.5	0,677	0,000	Valid
X1.6	0,679	0,000	Valid
X1.7	0,514	0,000	Valid
X1.8	0,507	0,000	Valid
X1.9	0,657	0,000	Valid
X1.10	0,649	0,000	Valid
X1.11	0,718	0,000	Valid
X1.12	0,607	0,000	Valid
X1.13	0,575	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel *Perception of Order Placement* mampu mengukur sesuatu yang benar-benar diukur dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa nilai korelasi/r-hitung setiap instrument > t-tabel, yaitu sebesar 0.1478 dengan n=125.

4.4.2. Uji Validasi Variabel *Perception of Order Receipt*

Dengan menggunakan 125 responden Fakultas, dari variabel ini ada 13 item pertanyaan yang mengenai variabel terkait. adapun hasil uji validasi dengan menggunakan metode *pearson correlation* sebagai berikut.

Tabel 4.16
Uji Validasi *Perception of Order Receipt*

Keterangan	Korelasi	Signifikan	Keterangan
------------	----------	------------	------------

Keterangan	Korelasi	Signifikan	Keterangan
X2.1	0.617	0.000	Valid
X2.2	0.522	0.000	Valid
X2.3	0.357	0.000	Valid
X2.4	0.626	0.000	Valid
X2.5	0.565	0.000	Valid
X2.6	0.540	0.000	Valid
X2.7	0.699	0.000	Valid
X2.8	0.607	0.000	Valid
X2.9	0.644	0.000	Valid
X2.10	0.670	0.000	Valid
X2.11	0.635	0.000	Valid
X2.12	0.551	0.000	Valid
X2.13	0.585	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari Tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel *Perception Order Receipt Placement* mampu mengukur sesuatu yang benar-benar diukur dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa nilai korelasi/t-hitung setiap instrument > t-tabel, yaitu sebesar 0.1478 dengan n=125.

Dari hasil pengolahan data bahwasannya semua data dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga seluruh data dinyatakan Valid.

4.4.3. Uji Validasi Variabel *Satification*

Dengan menggunakan 125 responden Fakultas, dari variabel ini ada 13 item pertanyaan yang mengenai variabel terkait. adapun hasil uji validasi dengan menggunakan metode *pearson correlation* sebagai berikut.

Tabel 4.17
Uji Validasi Variabel *Satification*

Variabel	Korelasi	Signifikan	Keterangan
X3.1	0.889	0.1478	Valid
X3.2	0.891	0.1478	Valid
X3.3	0.868	0.1478	Valid

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari Tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Satisfaction mampu mengukur sesuatu yang benar-benar diukur dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa nilai korelasi/t-hitung setiap instrument.t-tabel, yaitu sebesar 0.1478 dengan n=125

Dari hasil pengolahan data bahwasannya semua data dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga seluruh data dinyatakan Valid.

4.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011:47) suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS 16.0 Dalam bukunya (V. Wiratma Sujarweni. 2014. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pusataka Baru Press. Hal-193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliable atau konstan.

- 2) Sementara, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konstan.

Tabel 4.18
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Perception of Order Placement</i>	0.874	13
<i>Perception of Order Receipt</i>	0.689	13
<i>Satification</i>	0.858	3

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari tabel uji reliabilitas hasil pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel *Perception of Order Placement* adalah 0,874 dan termasuk kedalam kategori acceptable karena nilainya lebih dari 0.5052, nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel *Perception of Order Receipt* adalah 0,689 dan termasuk kedalam kategori acceptable karena nilainya lebih dari 0.5052 kemudian nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel *Satification* adalah 0,858 dan termasuk kedalam kategori acceptable karena nilainya lebih dari 0.5052. Yang artinya fungsi tersebut dinyatakan konsisten dan dinyatakan akurat sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam melanjutkan penelitian dan sampel yang digunakan dinyatakan mewakili populasi.

4.6. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.6.1. Hasil Uji Normalitas Data

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independent, variabel dependen dan variabel intervening. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dilakukan dengan cara melihat Normal Probability Plot yang

membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2011:161-162).

Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan SPSS 16.0 yang berdasarkan uji Kolmogorov-smirnov adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51732087
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.069
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		1.000
Asymp. Sig. (2-tailed)		.270

ber: Data diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.19 uji kolmogorov-smirnov dapat diketahui bahwa nilai unstandardized residual memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,270 yang berarti $> 0,05$ ini mengartikan bahwa data terdistribusi dengan normal.

4.6.2. Hasil Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Imam Ghozali, 2011:105).

Melihat ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi adalah dilihat dari besarnya VIF (Variance Inflation Factor) dan TOL (tolerance). Regresi bebas dari masalah multikolonieritas jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $TOL > 0,10$ (Ghozali, 2011:106).

Untuk melihat hasil uji multikolonieritas, sebagai berikut ini penelitian yang menyajikan dalam tabel 4.20:

Tabel 4.20
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel Independen	Collinearty Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Perception of Order Placement	0.453	2.207	Tidak ada Multikolonieritas
Perception of Order Receipt	0.453	2.207	Tidak ada Multikolonieritas

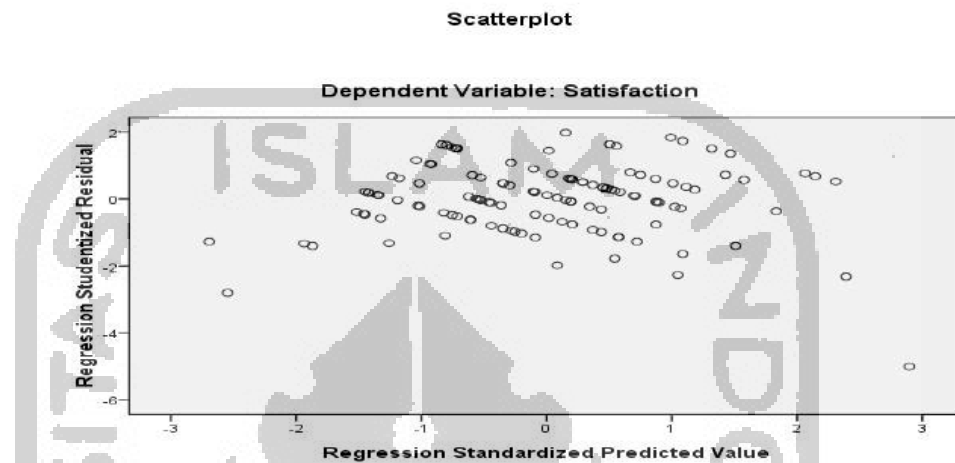
Sumber : diolah dengan SPSS 16.0

Dari hasil tabel 4.20, dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model penelitian ini.

4.6.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi

heteroskedastisitas yaitu apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.



Sumber: diolah dengan SPSS 16.0

4.7. Hasil Uji Hipotesis

4.7.1. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji T (Uji Parsial) digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variabel dependen (Ghozali, 2011:98).

Untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, maka sebagai berikut ini :

- a. Pengaruh *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt*.

Tabel 4.50
Hasil Uji T (Uji Parsial) Model 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.722	3.677		.740	.461
Perception of Order Placement Activities	.950	.075	.753	12.694	.000

Sumber diolah dengan SPSS 16.0

1. Hubungan antara *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt*

Hasil uji empiris pengaruh *Perception of Order Placement Activities* terhadap *Perception of Order Receipt* menunjukkan nilai t hitung 12.694 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa ada pengaruh yang positif antara *Perception of Order Placement Activities* terhadap *Perception of Order Receipt*. Hasil penelitian dapat menerima hipotesis yang menyatakan “ada pengaruh yang positif antara *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt*”.

Nilai beta dalam Unstandardized Coefficients variabel motivasi menunjukkan angka sebesar 0,950, yang artinya adalah besaran koefisien *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt* adalah sebesar 95%.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh John T. Mentzer, Daniel J. Flint, & G. Tomas M. Hult (2001) yang meneliti “*Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process*”. Dalam penelitian ini menemukan bahwa persepsi pelanggan tentang

LSQ mulai terbentuk segera setelah pelanggan mencoba melakukan pemesanan, dan persepsi berkembang hingga pelanggan menerima pesanan yang lengkap dan akurat, dalam kondisi baik, dengan semua perbedaan ditangani.

- b. Pengaruh antara *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*

Tabel 4.51
Hasil Uji T (Uji Parsial) Model 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.567	1.034		-.548	.585
Perception of Order Placement Activities	.123	.032	.366	3.856	.000
Perception of Order Receipt	.109	.025	.408	4.300	.000

Sumber diolah dengan SPSS 16.0

1. Hubungan *Perception of Order Placement* terhadap *Satisfaction*

Hasil uji empiris pengaruh *Perception of Order Placement* terhadap *Satisfaction* menunjukkan nilai t hitung 3,856 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa ada pengaruh yang positif antara *Perception of Order Placement* terhadap *Satisfaction*. Hasil penelitian dapat menerima hipotesis yang menyatakan “ada pengaruh yang positif antara *Perception of Order Placement* terhadap *Satisfaction*”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel *Perception of Order Placement* menunjukkan angka sebesar 0,123, yang artinya adalah besaran koefisien *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction* adalah sebesar 12,3%.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh John T. Mentzer, Daniel J. Flint, & G. Tomas M. Hult (2001) yang meneliti "*Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process*". Dalam penelitian ini menemukan bahwa interaksi dengan penyedia layanan sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Interaksi kualitas personel dan kemudahan dengandimana pelanggan dapat berinteraksi dengan penyedia layanan. Hubungan langsung antara kualitas kontak personel dan kepuasan pelanggan dan lainnya antara prosedur pemesanan (membahas kemudahan interaksi) dan kepuasan. Alasan kualitas informasi dan jumlah rilis pesanan (dua dimensi penempatan pesanan yang tersisa) tidak beroperasi secara langsung pada kepuasan adalah bahwa keduanya mengatasi masalah yang efeknya harus dijelaskan secara memadai dengan beroperasi melalui dimensi penerimaan pesanan saja.

Secara khusus, kualitas kontak personel memiliki efek positif pada persepsi ketepatan waktu di keempat segmen. Persepsi tentang efektivitas dan kemudahan penggunaan untuk prosedur pemesanan memiliki efek positif paling konsisten pada kepuasan. Ini menunjukkan bahwa proses menempatkan pesanan mungkin lebih

penting daripada penerimaan pesanan dalam menciptakan pelanggan yang puas

2. Hubungan *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*.

Hasil uji empiris pengaruh *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction* menunjukkan nilai t hitung 4,300 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa ada pengaruh yang positif *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*. Hasil penelitian dapat menerima hipotesis yang menyatakan “ada pengaruh yang positif antara *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel *Perception of Order Receipt* menunjukkan angka sebesar 0,109, yang artinya adalah besaran koefisien *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction* adalah sebesar 10,9%.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh John T. Mentzer, Daniel J. Flint, & G. Tomas M. Hult (2001) yang meneliti “*Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process*”. Dalam penelitian ini menemukan bahwa perusahaan harus mendapatkan kepuasan dari para konsumen melalui ketepatan waktu pesanan yang diterima dan cara di mana perbedaan diselesaikan, akurasi pesanan, kondisi pesanan, dan kualitas pesanan untuk beroperasi melalui ketepatan waktu dan melalui penanganan perbedaan pesanan untuk mempengaruhi kepuasan.

4.7.2. Hasil Uji F (uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent atau terikat (Ghozali, 2011:98). Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima atau ditolak ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independent atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent atau terikat. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independent atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent atau terikat.

1. Pengaruh *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt*

Tabel 4.52
Uji F (Uji Simultan) Model 1
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4785.189	1	4785.189	161.132	.000 ^a
	Residual	3652.779	123	29.697		
	Total	8437.968	124			

Sumber diolah dengan SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.36 nilai F hitung diperoleh sebesar 161,132 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,07 maka dapat diketahui nilai F hitung $161,132 > F$ tabel 3,07 dan nilai probabilitas signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka model regresi ini dapat dipakai untuk *Perception of Order Receipt*. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel

Perceptiom of Order Placement berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *Perception of Order Receipt*.

2. Pengaruh *Perceptiom of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*.

Tabel 4.53
Uji F (Uji Simultan) Model 2
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315.319	2	157.660	67.376	.000 ^a
	Residual	285.481	122	2.340		
	Total	600.800	124			

Sumber diolah dengan SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.37 nilai F hitung diperoleh sebesar 67,376 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,07 maka dapat diketahui nilai F hitung $67,376 > F \text{ tabel } 3,07$ dan nilai probabilitas signifikan 0,000 lebih kecil

dari 0,05. Maka model regresi ini dapat dipakai untuk *Satisfaction*.

Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel *Perceptiom of Order Placement* dan *Perception of Order Receipt* berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *Satisfaction*.

4.8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent) yang jumlahnya lebih

dari satu terhadap satu variabel terikat (dependent). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabelvariabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent).

Tabel 4.54
Hasil Uji Regresi Berganda Model 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.722	3.677		.740	.461
Perception of Order Placement Activities	.950	.075	.753	12.694	.000

Sumber diolah dengan SPSS 16.0

Dari tabel 4.37 dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh *Perception of Order Placement* terhadap *Perception of Order Receipt* sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y = 2,722 + 0.950 X_1 + e$$

Dimana:

$$Y = \text{Perception of Order Receipt}$$

a = Konstanta

$X_1 = \text{Perception of Order Placement}$

$\beta_1 = \text{Koefisien Regresi Perception of Order Placement}$

e = Standart Error

1. Konstanta sebesar 2,722 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka *Perception of Order Receipt* sebesar 2,722
 2. Koefisien regresi *Perception of Order Placement* 0,950 menyatakan bahwa setiap *Perception of Order Placement* mengalami kenaikan maka *Perception of Order Receipt* ikut mengalami kenaikan sebesar 0.950.
- a. Pengaruh *Perception of Order Placement Activities*, *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*

Tabel 4.55
Hasil Uji Regresi Berganda Model 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.567	1.034		-.548	.585
	Perception of Order Placement Activities	.123	.032	.366	3.856	.000
	Perception of Order Receipt	.109	.025	.408	4.300	.000

Sumber diolah dengan SPSS 16.0

Dari tabel 4.38 dapat dirumuskan suatu persamaan regresi untuk mengetahui Pengaruh antara *Perception of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction*, sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -0,567 + 0,366X_1 + 0,408X_2 + e$$

Dimana:

$$Y = Satisfaction$$

β_2 = Koefisien Regresi *Perception of Order Receipt*

a = Konstant

e = Standart Error

X1 = *Perceptiom of Order Placement*

X2 = *Perception of Order Receipt*

β_1 = Koefisien Regresi *Perceptiom of Order Placement*

1. Konstanta sebesar -0,567 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka *Satisfaction* sebesar 0,366.
2. Koefisien regresi *Perceptiom of Order Placement* sebesar 0,366 menyatakan bahwa setiap *Perceptiom of Order Placement* mengalami kenaikan maka *Satisfaction* ikut mengalami kenaikan 0,366.
3. Koefisien regresi *Perception of Order Receipt* sebesar 0,408 menyatakan bahwa setiap *Perception of Order Receipt* mengalami kenaikan maka *Satisfaction* ikut mengalami kenaikan sebesar 0,408.

4.9. Pembahasan

Secara garis besar penelitian ini memiliki hasil yang cukup memuaskan. Karena dapat dilihat dari hasil indeks tanggapan responden, sehingga peneliti dapat mengetahui tingginya presepsi kesetujuan responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian. Keunggulan logistik telah menjadi sumber pembedaan kompetitif yang kuat dalam beragam penawaran pemasaran perusahaan kelas dunia seperti perusahaan

jasa logistik JNE harus meningkatkan tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Seperti memudahkan dalam proses pemesanan, Kualitas kontak personel, Kualitas informasi pemesanan, Prosedur pemesanan, Akurasi pemesanan, Kondisi pesanan, Kualitas Pesanan, Ketepatan Waktu, Penanganan Perbedaan Pesanan. Terbukti dengan indeks tanggapan responden untuk variabel - variabel *Perception of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* dan *Satisfaction* yang menunjukkan nilai yang signifikan dan valid.

Selain melihat dari indeks tanggapan responden, hasil yang serupa juga peneliti dapatkan dari pengujian hipotesis yang nilai yang memuaskan. Setelah melalui uji validitas dan reliabilitas data yang dinyatakan semua data pada variabel *Perception of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* dan *Satisfaction* yang memiliki nilai valid dan reliabel. Setelah itu peneliti menguji statistik deskriptif dari pertanyaan variabel yang terdiri dari 29 pertanyaan yang rata-rata yang paling banyak memilih setuju.

Selain melihat dari indeks uji validitas dan reliabilitas serta statistik deskriptif, peneliti menguji hasil uji asumsi klasik yang dimana dari hasil uji normalitas data, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas yang hasilnya valid dan signifikan dari tiap variabel. Setelah itu peneliti melakukan uji hipotesis dari hasil uji T dan uji F yang hasilnya positif dan valid, sehingga antara variabel *Perception of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* dan *Satisfaction* saling berpengaruh positif.

Setelah semuanya data didapat peneliti menganalisa uji regresi berganda, data yang didapat dari tiap variabel *Perception of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* dan *Satisfaction* dianggap konstan dan mengalami kenaikan. Setelah itu peneliti menganalisa analisis jalur dari hasil variabel *Perception of Order Placement*, *Perception of Order Receipt* dan *Satisfaction* menghasilkan nilai yang positif dan signifikan. Akan tetapi hasil yang menarik adalah variabel antara *Perception of Order Placement* melalui *Perception of Order Receipt* terhadap *Satisfaction* nilai yang lebih tinggi dari pada *Perception of Order Placement* terhadap *Satisfaction*.

