



UIN SUSKA RIAU

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI
KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN
ROKAN HULU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

NINDY AZIS SAPUTRI
11571204658



UIN SUSKA RIAU

PROGRAM S1

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2019**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

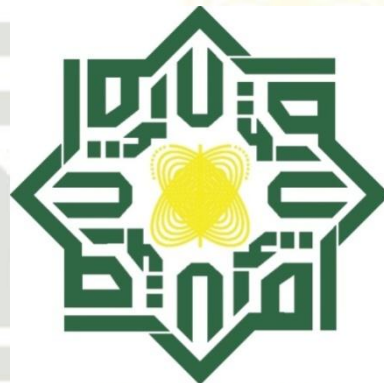
**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI
KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN
ROKAN HULU**

SKRIPSI

OLEH :

NINDY AZIS SAPUTRI

11571204658



UIN SUSKA RIAU

PROGRAM S1

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2019**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NINDY AZIS SAPUTRI
NIM : 11571204658
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
SEMESTER : IX (SEMBILAN)
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI
KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN ROKAN HULU
TANGGAL UJIAN : SELASA / 08 OKTOBER 2019

DISETUJUI OLEH

PEMBIMBING


DR. DONY MARTIAS, SE., MM
NIP.19760306 200710 1 004

MENGETAHUI


DEKAN
Dr. Drs. H. MUH. SAID HM, M.Ag.MM
NIP. 19620512 198903 1 003

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN


AINUN MARDIAH, SE., MM
NIP. 19781203 200604 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : NINDY AZIS SAPUTRI
NIM : 11571204658
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
SEMESTER : IX (SEMBILAN)
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI
KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN ROKAN HULU
TANGGAL UJIAN : SELASA / 08 OKTOBER 2019

PANITIA PENGUJI

KETUA


AINUN MARDIAH, SE., MM
NIP. 19781203 200604 2 001
ANGGOTA

PENGUJI I


ASTUTI MEFLINDA, SE., MM
NIP. 19720513 200701 2 018

PENGUJI II


RATNA DEWI, S.Sos., M.Si
NIP. 19811030 200710 2 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN ROKAN HULU

Oleh:

NINDY AZIS SAPUTRI

11571204658

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor Faktor yang Mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu dalam penelitian berjumlah 100 orang dengan menggunakan rumus Slovin. Dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Dengan ketentuan analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS V.23. Berdasarkan hasil peneltian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Secara simultan variabel independen (Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan) Berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Nilai R Square sebesar 0,571 atau 57,1% berarti variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Kepercayaan dan Kualitas Konsumen sementara sisanya 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

EFFECT OF TRUST, QUALITY OF SERVICE TO JNE EXPRESS CONSUMER SATISFACTION IN UJUNG BATU DISTRICT, ROKAN HULU DISTRICT

By:

NINDY AZIS SAPUTRI

11571204658

The purpose of this study was to determine the factors that influence consumer satisfaction with JNE Express freight forwarding services in Ujung Batu District, Rokan Hulu District, in the study of 100 people using the Slovin formula. By using the Accidental Sampling method. With the provisions of the data analysis in this study is quantitative using multiple linear regression method and the data is analyzed using the SPSS V.23 program. Based on the results of this study indicate that Trust and Service Quality significantly influence Consumer Satisfaction in JNE Express freight forwarding services in Ujung Batu District, Rokan Hulu Regency. Simultaneously the independent variable (Trust and Service Quality) significantly influences the dependent variable (Customer Satisfaction) on JNE Express freight forwarding services in Ujung Batu District, Rokan Hulu Regency. R Square value of 0.571 or 57.1% means the variable Customer Satisfaction is influenced by the Trust and Quality of Consumers while the remaining 42.9% is influenced by other variables not used in this study.

Keywords: Trust, Quality Of Service and Consumer Satisfaction

UIN SUSKA RIAU

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'alamin, tiada kata yang paling indah selain puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tidak lupa pula penulis limpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, dengan mengucapkan *Allahumma Shalli'ala Muhammad Wa'alaalihi Syaidina Muhammad*, yang telah berjuang membawa umat manusia keluar dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang pada saat ini, yakni agama Islam. Semoga kita mendapatkan syafa'atnya pada *yaumul akhir* kelak, Aamiin.

Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu”**, Merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas rahmat dan ridhonya saya telah selesai mengerjakan tugas akhir ini dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Kepada kedua orang tua, ayahanda Sumarno dan ibunda Yulainah yang telah membimbing, membesarkan dengan penuh pengorbanan, setiap tetesan keringat yang mengalir dan air mata yang jatuh bangun demi melihat kesuksesan anandanya. Sungguh mulia pengerbonanmu, dengan kesabaran, ketahanan, kasih sayang yang sangat besar, do'a serta dukungan untuk keberhasilan ananda saat ini.
3. Bapak Prof. Dr. KH Ahmad Mujahidin, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Drs .Dr. H. Muh Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
5. Ibu Dr. Hj. Leny Novianti, MS, SE, M. Si, Ak, CA selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. Amrul Muzan, SHI, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
6. Ibu Ainun Mardiah, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
7. Bapak Ermansyah SE, MM selaku Pembimbing Proposal yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, nasehat, motivasi, membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Bapak Dr. Dony Martias SE, MM selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, nasehat, motivasi, membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas.
 9. Teruntuk Adik-adikku tercinta yaitu Meliana Azizah Putri, Reza Hafizul Aziz, Sabrilia Azizah Putri yang selalu menjadi penyemangat saya, dan beserta seluruh saudara-saudaraku.
 10. Teruntuk Sahabat Sanak Micin, keluargaku yang sudah memberi motivasi dan menemani dalam suka dan duka, tanpa dukungan kalian saya tidak akan berhasil
 11. Untuk Chandra Anggara yang telah memberi dukungan motivasi yang tiada henti
 12. Teruntuk kos Alakadar (Resti, Siti dan Indri) yang selalu ada dalam suka dan duka
 13. Teruntuk BBG Squad selalu memberi semangat dan motivasi
- Akhir kata kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas semua amal kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Aamiin Yaa Rabbal Aalamin.

Pekanbaru, September 2019
Penulis,

NINDY AZIS SAPUTRI
11571204658



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematikan Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Pelanggan	9
2.2 Kepercayaan	13
2.3 Kualitas Pelayanan	19
2.4 Pandangan Islam tentang Jual Beli	22
2.5 Deskripsi Konsep Operasional Penelitian	23
2.6 Penelitian Terdahulu	25
2.7 Kerangka Pemikiran	27
2.8 Hipotesisi Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.5 Teknik Analisis Data	36
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	



UIN SUSKA RIAU

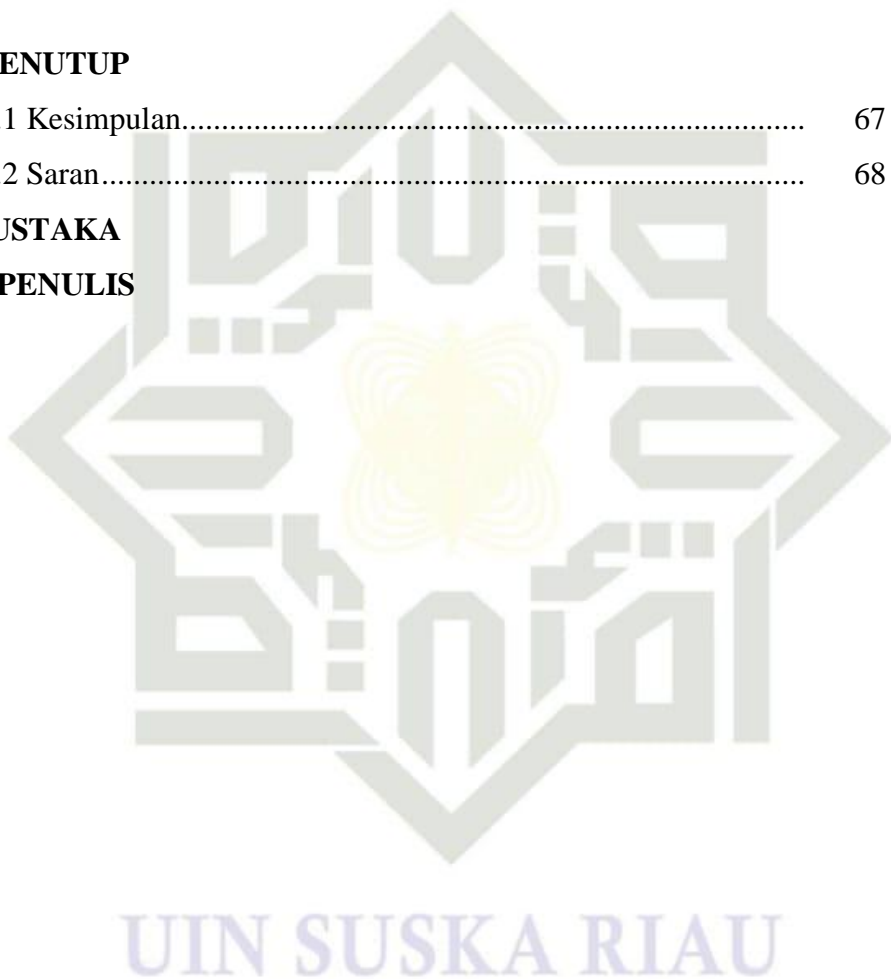
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Karakteristik Responden	43
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
5.3	Uji Kualitas Data.....	49
5.4	Uji Normalitas	53
5.5	Uji Asumsi Klasik	54
5.6	Analisis Data Penelitian	57
5.7	Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB VI	PENUTUP	
6.1	Kesimpulan.....	67
6.2	Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA
BIOGRAFI PENULIS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pelanggan 2014 – 2018	3
Tabel 1.2	Persentase Penjualan Layanan Jasa Kurir menurut Top Brands Indeks 2016-2018.....	4
Tabel 5.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 5.2	Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 5.3	Responden Menurut Tingkat Pekerjaan	44
Tabel 5.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepercayaan (X1)	45
Tabel 5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan (X2).....	47
Tabel 5.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen(Y)	48
Tabel 5.8	Uji Validitas Kepercayaan (X1)	50
Tabel 5.9 :	Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	51
Tabel 5.10 :	Uji Validitas Kepuasan konsumen (Y).....	52
Tabel 5.11	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	53
Tabel 5.12	Uji Normalitas	54
Tabel 5.13	Rekapitulasi Uji Multikolinearitas	55
Tabel 5.14	Rekapitulasi Uji Autokorelasi	57
Tabel 5.15	Nilai Koefisien Regresi	58
Tabel 5.16	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	60
Tabel 5.17	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	62
Tabel 5.18	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 5.1: Uji Heteroskedastisitas.....	56



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR LAMPIRAN

KUISONER
TABULASI
UJI VALID REBILITAS
UJI ASUMSI KLASIK
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengurnungkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan masyarakat akan layanan jasa pengiriman barang mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat yang tinggi, serta dipengaruhi berkembangnya toko online shop atau *e-commerce* yang menggunakan jasa pengiriman barang. Melihat perusahaan jasa pengiriman yang semakin banyak, para pelaku bisnis online dan masyarakat umum lainnya tentunya lebih pintar dan tepat dalam pengiriman yang akan dipakai. Hal ini menjadikan persaingan yang ketat dalam industri jasa pengiriman, dimana mereka dituntut untuk membuat inovasi-inovasi untuk mengembangkan dan menarik banyak konsumen yang akan memilih jasa pengiriman yang diharapkan.

Minat memilih ulang kembali akan jasa pengiriman juga merupakan hal yang penting untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang sudah tersebar di Indonesia dari berbagai merk ternama seperti PT. PosIndonesia, JNE, TIKI, Pandu Logistic, dan perusahaan lainnya. JNE dikenal memiliki pelanggan yang banyak dan loyal.

Pada saat ini persaingan perusahaan semakin ketat tanpa terkecuali yang terjadi saat ini pada penyedia jasa pengiriman bagi masyarakat luas, agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai

konsumen yang sangat penting dalam kehidupan. Era globalisasi sekarang ini dimana masyarakat dunia bisnis maupun disibukkan dengan padatnya kegiatan baik sehari-hari, sehingga timbul adanya tuntutan untuk mengikuti perkembangan jaman dimana segala sesuatunya dilakukan dengan cepat, praktis dan harga terjangkau dalam melakukan kegiatan proses pengiriman barang yang baik. Salah satu penyedia layanan jasa pengiriman barang atau jasa *logistic* di Indonesia adalah JNE.

JNE adalah salah satu dari sekian banyak jasa *logistic* atau layanan pengiriman barang yang ada di Indonesia. JNE adalah layanan pengiriman barang berbadan swasta. Semenjak diberlakukan undang-undang No.38 Tahun 2009 tentang pos, perusahaan yang bergerak didalam bidang layanan pengiriman barang dapat berbentuk badan swasta.

JNE menyediakan layanan pengiriman barang dalam berbagai bentuk berdasarkan jangka waktu dan jarak tempuh lokasi berdasarkan bentuk barang yang dikirim. Dunia usaha sekarang ini membutuhkan jasa layanan pengiriman barang secara kilat atau cepat. Dan pada jaman sekarang banyak masyarakat yang menginginkan serba instan untuk menghemat waktu dan serta lebih praktis supaya tidak perlu lagi repot-repot dengan kesibukan yang memakan waktu, maka pada saat sekarang jasa pengiriman barang banyak diminati dan digunakan karena jasa pengiriman JNE ini tersedia pula dengan berbagai paket harga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan 2014 – 2018

No	Tahun	Jumlah
1.	2014	41.426
2.	2015	43.519
3.	2016	51.460
4.	2017	44.494
5.	2018	47.116
Total		228.015

Sumber :jne ujung batu 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah data pada pelanggan JNE di ujung batu terkadang mengalami kenaikan dan penurunan banyak konsumen yang menggunakan jasa JNE ujung batu ini di dalam Kecamatan maupun diluar kecamatan. Adanya fenomena dari jumlah pelanggan dan persentase yang mengalami naik turun maka perlu diperhatikan tentang kepuasan konsumen. Bagaimana caranya agar dengan jasa pengiriman barang ini konsumen merasa puas, oleh sebab itu JNE memberikan kepercayaan serta kualitas pelayanan yang bisa memuaskan pelanggan, namun di kecamatan Ujung Batu ini pelayanan dalam penghantaran kerumah masih kurang jika dibandingkan dengan sebelah.

Meningkakan kinerja serta layanannya supaya pelanggan merasa puas, pada industri jasa adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik sesuai yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa. Apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. konsumen yang puas cenderung akan



memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada masyarakat lainnya.

Tabel 1.2 Persentase Penjualan Layanan Jasa Kurir menurut Top Brands Indeks 2016-2018

TAHUN	MEREK	TBI	TOP
2016	JNE	47,6%	TOP
	Tiki	35,7%	TOP
	Pos Indonesia	9,6%	
	DHL	1,3%	
2017	JNE	49,4%	TOP
	Tiki	34,7%	TOP
	Pos Indonesia	8,4%	
	DHL	1,3%	
2018	JNE	45,0%	TOP
	J&T	13,9%	TOP
	Tiki	13,6%	TOP
	Pos Indonesia	11,6%	
	DHL	3,5%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita lihat bahwa JNE selalu menempati posisi pertama untuk jasa pengiriman barang yang bersumber dari TOP BRAND index 3 tahun terakhir dapat kita lihat pada tahun 2017 JNE menempati posisi pertama dengan nilai index lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2016 dan tahun 2018, yaitu sebesar 49,4%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jasa kurir yang diminati oleh masyarakat di indonesia adalah jasa JNE.

Berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan jasa yang disediakan JNE, tidak terkecuali dengan masyarakat kecamatan Ujung Batu. Minat masyarakat timbul dikarenakan JNE juga menyediakan berbagai jenis layanan yang sesuai dengan kebutuhan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan keuangan konsumen. JNE adalah jasa yang mudah ditemui dalam setiap daerah dan menawarkan layanan yang beragam mengakibatkan timbulnya minat masyarakat Ujung Batu untuk menggunakan jasa JNE, seta JNE menawarkan harga yang tidak terlalu mahal dan waktu pengiriman yang tidak membutuhkan waktu yang lama, sehingga masyarakat lebih tertarik pada jasa yang disediakan JNE.

JNE di Ujung Batu beralamatkan di Jl. Jend Sudirman (belakang kantor KUA) di jne ini sudah cukup lumayan baik pelayanannya dengan pengantaran sampai alamat rumah. Jne ini dibuka senin-jumat dari jam 08.30-17.00 dan sabtu 08.30-13.00. Pada tahun 2014-2015 terlihat masih standar dalam jumlah pelanggannya karena meningkat hingga pada tahun 2016 sehingga jumlah peanggan semain memuncak namun pada ahu 2017-2018 mengalami penurunan meskipun tidak terlalu dratis penurunan tersebut, karena diketahui pada tahun iu tumbuh pesaing yang menyebabkan penurunan tersebut dalam kasus ini saya mencoba meneliti apakah yang menyebabkan penurunan yang signifikan terhadap jne tesebut dalam peneletian kepuasan pelanggannya.

Dari fenomena di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN ROKAN HULU”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian latar belakang diatas dapat dikembangkan rumusan masalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu?
2. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu?
3. Apakah Kepercayaan, Kualitas pelayanan, berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kepercayaan, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti, Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dan memperluas wahana berfikir ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang dapat ditindak lanjuti.
3. Bagi para pembaca dan konsumen, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam suatu jasa pengiriman barang.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun rencana sistematika dalam penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Merupakan uraian teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang muncul dalam penelitian.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai kerangka penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan data, metode pengambilan populasi dan sampel, metode pengujian kuisioner, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Merupakan gambaran umum mengenai JNE EXPRESS yang berada di Kecamatan tersebut

BAB V : HASIL PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai hasil dari penelitian yaitu pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Jne Express Ujung batu.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan uraian tentang kesimpulan dan saran yang merupakan pernyataan singkat yang diambil dari analisis dan pembahasan penelitian dan mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi para pelanggan Jne Ujung batu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut **Kotler dan Keller (2009:177)**. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dibandingkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Dalam kajian literature kepuasan konsumen yang dilakukan Giese dan Cote, meskipun definisi-definsii tersebut bervariasi menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama: (1) kepuasan konsumen merupakan respon (emosional atau kognitif); (2) respon tersebut menyangkut focus tertentu (ekspektasi produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemakaian produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain **Tjiptono dan Chandra (2011:292)**).

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan konsumen yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh

atau kenyataan yang dialami). Kepuasan pelanggan tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini mengakibatkan kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan.

Menurut **Tjiptono (2011:292)** kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Sedangkan menurut **Lovelock dan wirtz dalam Tjiptono (2016:74)** kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian penting dari kepuasan.

Dan menurut **Setyobudi dan Daryanto (2014:90)** kepuasa pelanggan merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Jadi menurut beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





2.1.2 Kepuasan Konsumen dan Pengukurannya

Menurut **Kotler dalam Tjiptono dan Chandra (2011:314-316)** ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, antara lain:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggannya langsung.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk yang ditawarkan dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggan atau setidaknya mencari tahu pelanggan/konsumennya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab-penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

1. Survei Kepuasan konsumen

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan cara menggunakan berbagai macam metode yaitu seperti metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei tersebut perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.1.3 Elemen Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2014:358-359) Pada umumnya kepuasan konsumen meliputi elemen utama yaitu:

1. Barang dan jasa
2. Relationship marketing
3. Program promosi loyalitas
4. Fokus pada pelanggan terbaik
5. Sistem penanganan komplain secara efektif
6. Unconditional guarantees
7. Program pay-for-performance

2.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut

Yuliarmi dan Riyasa dalam Panjaitan dan Yulianti, (2016) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau koplain yang dilayangkan

2.2 Kepercayaan

2.2.1 Pengertian Kepercayaan

Kuntari dalam Kesuma, Amri dan Shabri (2015)

mendefinisikan kepercayaan sebagai mempercayakan seseorang atau sesuatu untuk menjaga kepentingannya, kepercayaan disini bersandar pada seseorang atau sesuatu yang dipercayai mempunyai konsekuensi dalam hubungan diantara pemberi kepercayaan dan yang diberikan

kepercayaan. Dalam membangun hubungan tersebut menimbulkan konsekuensi dan implikasi. Sedangkan Nootboom (2003), kepercayaan berhubungan dengan ketergantungan dan resiko, antara pemberi kepercayaan dan yang diberi kepercayaan. Kedua belah pihak percaya dan dengan penuh pertimbangan serta ada harapan memuaskan atau tidak.

Menurut **Hermawan dalam Setiawan (2018)** “tingkat kepercayaan dapat diukur melalui beberapa factor antara lain: kejujuran dalam bertransaksi, tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan, dan masih banyak lagi. Kepercayaan pelanggan adalah apabila salah satu pihak mempunyai keyakinan dalam keandalan dan integrasi partner kerja sama.

Menurut **Tjiptono dalam Soegoto (2013)** kepercayaan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dan pemakaiannya, kepercayaan pelanggan merupakan evaluasi purna ual beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut **Lau dan Lee dalam soegoto (2013)** beragumen bahwa sebuah merk merupakan sebuah aspek krusial dalam pembentkan loyalitas, karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan produk atau jasa dalam situasi resiko karena adanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ekspetasi bahwa produk atau jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif.

Kepercayaan konsumen merupakan suatu perasaan percaya yang bersifat psikologis terhadap suatu produk, baik produk secara fisik maupun manfaat yang diberikan oleh produk tersebut termasuk pada janji-janji suatu merek **Moven dan Minor dalam Nidyatantri, Suryawardani dan Agung (2016)**. Konsumen yang puas dan mempunyai kepercayaan yang tinggi pada sebuah produk akan cenderung loyal pada produk tersebut.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Menurut **Hakim dalam (Harefa, 2018)** Untuk meningkatkan kepercayaan yang dirasakan dari situs web dan vendor online serta fungsi yang dirasakan dari sistem e-commerce terdapat tiga kategori instrumen yang dapat membantu untuk membuat hubungan kerjasama yang lebih efisien dengan menerapkan informasi yaitu:

1) *Information Policies* (Kebijakan Informasi)

Dalam konteks internet, kebijakan informasi dapat berhubungan dengan karakteristik dari pedagang atau karakteristik website dan infrastruktur teknologi yang mendasari. Situs memediasi hubungan antara konsumen dan organisasi pedagang, desain situs web adalah sangat penting untuk mendorong kepercayaan. Website ini menyediakan petunjuk penting untuk konsumen online yang digunakan sebagai penilaian mereka tentang



efisiensi dan kehandalan pengecer online, yang didasarkan pada kualitas informasi tentang isu-isu kunci seperti biaya pengiriman, ketertiban dan kebijakan privasi, dan ganti rugi. Pada kepercayaan online termasuk direkomendasikan untuk mendesain homepage yang memadai dan informatif.

2) *Guarantee Policies* (Kebijakan Jaminan).

Kebijakan Jaminan berhubungan dengan janji untuk membatasi atau kompensasi untuk kerusakan yang disebabkan oleh peristiwa-peristiwa negatif yang tidak dapat sepenuhnya dikesampingkan oleh para pihak. Kebijakan jaminan tersebut dapat menutupi kemungkinan pengembalian, pengembalian uang, masalah keamanan, kehilangan kartu kredit dan sebagainya. Menyediakan pilihan pengembalian, pengembalian uang dan uang kembali dapat membantu mengurangi risiko yang dirasakan transaksi online. Jaminan uang kembali bekerja lebih baik sebagai sinyal kepercayaan di toko-toko online daripada di dunia nyata. Jaminan kebijakan lebih efektif untuk membangun kepercayaan dalam e-commerce yang berfokus pada faktor-faktor hukum, teknis dan organisasi pasar elektronik dan menentukan standar yang ketat untuk keamanan, perlindungan data, transparansi penggunaan data dan sebagainya.

3) *Reputation Policies* (Kebijakan Reputasi).

Reputasi dapat didefinisikan sebagai representasi kolektif



dari tindakan masa lalu vendor yang mencakup kemampuan vendor untuk memberikan hasil yang berharga untuk stakeholder. Karena reputasi penjual dibentuk berdasarkan kinerja masa lalu dengan pembeli, maka hal ini dapat membantu konsumen untuk menilai kemungkinan perilaku vendor dalam transaksi di waktu lain. Penerbitan testimonial konsumen pada website dan mempertahankan komunitas virtual di mana konsumen dapat berbagi pengalaman mereka juga dianggap sebagai sarana yang memadai untuk meningkatkan reputasi vendor online. Dengan demikian, informasi sangat dibutuhkan oleh konsumen untuk melakukan pembelian, baik itu informasi mengenai harga, produk dan identitas dari perusahaan.

2.2.3 Indikator Kepercayaan

Adapun dimensi kepercayaan menurut **Robbins dalam (Kesuma, Amri dan Shabri, (2015)** ada lima yaitu :

1. Integritas

Integritas meliputi kejujuran dan keadaan yang sesungguhnya. Integritas dalam kepercayaan merupakan sesuatu hal yang kritical. Tanpa persepsi karakter moral dan kejujuran yang dasar, dimensi lainnya tidak akan berarti.

2. Kompetensi

Kompetensi disini merupakan teknik dan kemampuan dalam berinteraksi membangun kepercayaan. Misalnya bagaimana



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mendengarkan seseorang, bagaimana berbicara dan mengucapkan sesuatu agar terjadi proses kepercayaan.

3. Konsistensi

Konsistensi berhubungan dengan sesuatu yang dapat dipercaya, tingkat prediksi terhadap seseorang, dan penilaian menangani situasi.

4. Loyalitas

Kemampuan untuk melindungi dan menyelamatkan seseorang dari orang lain. Kepercayaan mempersyaratkan kita tergantung seseorang untuk tidak mencari kesempatan.

5. Keterbukaan

Dimensi terakhir kepercayaan mengharuskan adanya keterbukaan antara satu dengan yang lainnya. Tanpa keterbukaan tidak mungkin akan terjadi proses kepercayaan.

2.2.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung. Kepercayaan pelanggan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan pelanggan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan

dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan. **Putra dan Indriyani (2018).**

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menurut **Kotler dan Keller (2009:138-139)** adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut **Setyobudi dan Daryanto (2014:135)** kualitas pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak terlihat akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan perusahaan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Sedangkan menurut **Tjiptono (2014:268)** merumuskan kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan



serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dan di **Tjiptono (2011:59)** menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut **Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2012:51)** menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan beberapa pengertian diatas yang membahas tentang kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen

2.3.2 Dimensi kualitas pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. **Tjiptono dalam Panjaitan dan Yulianti, (2016)** mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya)

1. Keandalan

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Daya tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

3. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

4. Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5. Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.3.3 Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. **Yuliarmi dan Riyasa dalam (Panjaitan dan Yulianti, (2016).**

4.4 Pandangan Islam Tentang Jual Beli

Menurut pandangan islam dalam melakukan sesuatu haruslah didasari / berpedoman dengan al-qur`an, hadits, dan ijtima` ulama. Termasuklah dalam pemasaran yang harus mengikuti aturan, perintah dan larangan islam yang sesuai dengan firman allah:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada allah. Orang yang kembali (mengambil riba),



maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.(Qs. Al-baqarah: 275).

Rasulullah shalallahu alaihi wasallam juga telah bersabda tentang jual beli ini. Di dalam kitab Bulughul Maram bab ke tujuh tentang jual beli menjelaskan ,bahwa rasulullah telah bersabda:

“Dari Rifa`ah ibnu Rafi` bahwa nabi Shallallaahu `alaihi wasallam pernah ditanya: pekerjaan apakah yang paling baik ?. Beliau bersabda:pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang bersih.” (Riwayat al-bazzar.Hadits shahih menurut Hakim)

Dari hadits diatas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan yang paling baik menurut pandangan islam adalah dengan berjual beli yang bersih. Artinya islam menekankan kepada etika dari jual beli itu dengan cara yang bersih atau jujur.

2.5 Deskripsi Konsep Operasional Penelitian

Berdasarkan variabel loyalitas konsumen, kualitas produk, citra merek dan promosi ditentukan oleh indikator-indikator sebagai berikut:

Tabel 2.1 Konsep Operasional Variabel

No	Variabel	Devenisi variable	Indikator	Skala
1.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan.	1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan. 2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis 3. Tidak ada pengaduan	Likert



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

No	Variabel	Devenisi variable	Indikator	Skala
		Menurut Kotler dan Keller 2009:177)	atau complain yang dilayangkan Menurut Yuliarmi dan Riyasa (Panjaitan dan Yulianti, (2016)	
2.	Kepercayaan (X1)	kepercayaan sebagai mempercayakan seseorang atau sesuatu untuk menjaga kepentingannya,kepercayaan disini bersandar pada seseorang atau sesuatu yang dipercayai mempunyai konsekuensi dalam hubungan diantara pemberi kepercayaan dan yang diberikan kepercayaan. Dalam membangun hubungan tersebut menimbulkan konsekuensi dan implikasi. Kuntari dalam Kesuma, Amri dan Shabri, 2015)	1. Integritas 2. Kompentensi 3. Konsistensi 4. Loyalitas 5. Keterbukaan Menurut Robbins dalam Kesuma Amri dan Shabri, (2015)	<i>Likert</i>
3.	Kualitas pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kotler dalam Panjaitan dan Yulianti, (2016).	1. Keandalan 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Perhatian 5. Bukti fisik Tjiptono dalam Panjaitan dan Yulianti, (2016)	<i>Likert</i>

Sumber : Dirangkum Beberapa Sumber Referensi



2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian terdahulu

Nama / Tahun	Judul	Perbedaan variable	Persamaan variable	Kesimpulan
Januar effendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung	1. Pada penelitian kali ini tidak menggunakan variabel dependen yaitu kepercayaan	1. Menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan 2. Menggunakan variable Y kepuasan pelanggan	1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
Suliyanto (2013)	Pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan: <i>Switching Cost</i> sebagai variabel moderasi.	1. Menggunakan dua variabel independen yang berbeda yaitu pengaruh nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan penelitian terdahulu, dan penelitian sekarang menggunakan kepuasan pelanggan.	1. Menggunakan variabel yang sama yaitu kepercayaan dan kepuasan pelanggan	1. pengaruh nilai berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. 2. kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
Eugenia Andrea Dennisa dan Suryono Budi Santoso (2016)	Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada klinik kecantikan kosmetik semarang)	1. Penelitian terdahulu menggunakan 3 variabel independen yaitu Kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek, sedangkan penelitian kali ini menggunakan dua variabel independen yaitu kepercayaan dan kualitas pelayanan	1. Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan	1. pengaruh kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. 2. kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Nama / Tahun	Judul	Perbedaan variable	Persamaan variable	Kesimpulan
Anang Sugara dan Rizki Yudhi Dewantara (2017)	Analisis kepercayaan dan kepuasan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli <i>online</i> (studi pada konsumen “Z”)	1. Menggunakan variabel dependen yang berbeda, penelitian terlebih dahulu menggunakan variabel jual beli sedangkan penelitian kali ini menggunakan variabel kepuasan pelanggan. 2. Salah satu Variabel independen penelitian terdahulu tidak menjeaskan kepuasan apa yang dimaksudkan disini, sedangkan penelitian kali menggunakan kepuasan pelanggan.	1. Menggunakan variabel independen yang sama yaitu kepercayaan dan kepuasan.	1. kepercayaan berpengaruh positif terhadap jual beli. 2. kepuasan berpengaruh positif terhadap jual beli.
Ismail Razak (2016)	The Impact Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Custumor Value	1. One of the previous independent variables does not explain trust or service quality but he uses the product and price	1. Using the same variable Y, wich is customer satisfaction	1. Products and price affect customer satisfaction 2. Customer value determines the level customer satic faction

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

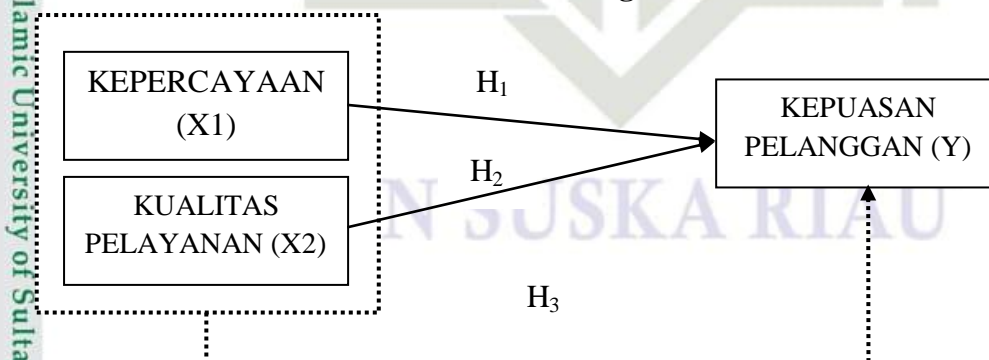
Nama / Tahun	Judul	Perbedaan variable	Persamaan variable	Kesimpulan
Latif Abdulridha Atiyah (2017)	Impact of service Quality on Customer Satisfaction	1. Variable X trust 2. Population and sample	1. Use variable X service quality 2. Using variable Y customer satisfaction	1. Service quality affects customer satisfaction 2. Service quality as an independent
Fakhri Syahir Abdul Quddus (2014)	The Influence of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in PT. JNE North Bandung Area	1. Variable Y customer loyalty 2. Variable X customer satisfaction 3. Indicator	1. Together researching at Jne 2. Use service quality variables	1. Customer satisfaction affects customer loyalty 2. Service quality is the main factor that increases customer loyalty

Sumber : Dirangkum Beberapa Sumber Penelitian

2.7 Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan (Kesuma Eka, Amri, Shabri.M (2015)).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian. (Sugiyono, 2010:93). Jadi berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan pustaka yang telah diuraikan diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Diduga Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express di Ujung Batu
- H₂: Diduga Kalitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express di Ujung Batu
- H₃: Diduga Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express di Ujung Batu.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Ujung Batu provinsi Riau, Indonesia pada bulan November 2018 sampai Mei 2019.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

- 1) Data kualitatif yaitu menurut **Siregar (2014:38)** data kualitatif adalah data yang berupa pendapat sehingga tidak berupa angka, tetapi berupa kata-kata atau kalimat. Data kualitatif diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data, misalnya wawancara, dokumen, diskusi, observasi dan kuisioner yang dituangkan dalam bentuk transkrip.
- 2) Data kuantitatif yaitu menurut **Siregar (2014:38)** data kuantitatif adalah data yang berupa angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.

3.2.2 Sumber data

1) Data primer

Menurut **Mustafa (2013:92)** menyatakan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh peneliti dari sumbernya (subjek penelitian). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

responden yang diperoleh melalui kuisioner tentang kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasa pelanggan JNE Express di Ujung Batu. Data penelitian dari penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang diisi oleh responden yang meliputi identitas dan juga tanggapan dari responden yang pernah menggunakan jasa JNE Express di Ujung Batu.

2) Data sekunder

Menurut **Mustafa (2013:92)** data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain, dan telah terdokumentasi sehingga peneliti tinggal menyalin data tersebut untuk kepentingan penelitiannya.

Adapun yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah data seluruh masyarakat Ujung Batu dan juga data survey yang dilakukan oleh peneliti pada masyarakat Ujung Batu yang pernah menggunakan JNE Express yang relevan seperti jurnal, buku referensi, dan lain-lain yang dianggap perlu dalam penelitian ini.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Seperti yang dikemukakan oleh **Sugiyono (2013:137)**, pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah/survey dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder.



Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik-teknik pengumpulan dapat dilakukan dengan wawancara, kuisisioner, observasi, dan gabungan ketiganya.

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian. metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1) Kuisisioner

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuisisioner. Kuisisioner dalam penelitian ini berupa tertulis kepada para responden **Sugiyono (2014:199)**, pengumpulan data dengan mengirim pertanyaan atau pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebarkan form kuisisioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel penelitian kepada masyarakat kecamatan Ujung Batu. Penggunaan kuisisioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner model skala likert. Seperti yang telah dilakukan oleh **Sugiyono (2011:93)**, skala likert digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok tentang fenomena sosial.

Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik



tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Jawaban atas setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positive sampai sangat negative untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

- | | |
|---|---|
| a) Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| c) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| d) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| e) Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

Metode ini digunakan agar peneliti dapat mengetahui dan memiliki data mengenai penilaian yang diberikan oleh setiap pelanggan yang untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

4 Populasi dan Sampel

1) Populasi

Menurut **Sugiyono (2014:115)** Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam pengambilan data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa JNE Express di Ujung Batu sebanyak 47.116 orang.



2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi **Sugiyono (2014:116)**. Mengingat waktu dan biaya yang cukup besar dalam mengambil data dari responden, maka peneliti menerapkan teori *Slovin* untuk mengetahui jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana :

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi, yang diambil pada tahun 2018 sebesar 47.116 orang.

e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan.

Pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{47.116}{1 + 47.116 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{47.116}{471,16}$$

$$n = 99,78$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data **Sugiyono (2014: 122)**.

Dalam penelitian ini karena memakai metode accidental sampling maka yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah semua pelanggan JNE cabang Ujung Batu yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian dan dianggap cakap untuk menjawab beberapa pertanyaan kuesioner dari peneliti nantinya.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu cara yang dapat menjelaskan hasil penelitian yang ada. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linier berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat. Analisis linier berganda memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memasukkan lebih dari satu variabel.

3.5.1 Analisis Kuantitatif

Menurut **Sugiyono (2011:7)** menyatakan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak (*random sampling*), pengumpulan data berdasarkan instrument



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.5.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut **Sugiyono (2014:455)**, Uji validitas merupakan deretan antara data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Dalam **Sugiyono (2014:179)**, uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari setiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a) Jika koefisien korelasi $r \geq 0,30$ maka item tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika koefisien korelasi $r \leq 0,30$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan SPSS, dengan cara menghitung item total correlation, masing-masing indikator dan koefisien



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cronbach's alpha dari masing-masing indikator. Atiran umum yang di pakai cronbach's alpha $\geq 0,60$ sudah mencerminkan yang realible (Ghozali: 2011).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Menurut **Suliyanto (2011:69)** berpendapat bahwa, uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.

Uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K \text{ hitung} < K \text{ tabel}$ atau $\text{Sig.} > \alpha$ (**Suliyanto, 2011:75**).

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah variabel bebas saling berhubungan secara linear. Apabila sebagian atau seluruh variabel bebas berkolerasi kuat berarti terjadi multikolinieritas akan menjadi masalah. bila derajat rendah maka multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya bagi regresi. Uji



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multikolinieritas dengan menggunakan *nilai variance inflation factor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Suatu model dikatakan memiliki kecenderungan adanya gejala multikolinieritas adalah apabila memiliki VIF disekitar < 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1.

3) Uji Autokorelasi

Menurut **Suliyanto (2011:125)** berpendapat bahwa Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu atau ruang. Kriteria dari pengujian autokorelasi menurut **Suliyanto (2011:151)** adalah sebagai berikut :

Nilai	Kesimpulan
$Dw < D_L$	Terdapat autokorelasi (+)
$d_L \leq Dw \leq d_U$	Tanpa kesimpulan
$d_L \leq Dw \leq 4-d_U$	Tidak ada autokorelasi
$4-d_U \leq Dw \leq 4-d_L$	Tanpa kesimpulan
$Dw > 4-D_L$	Terdapat autokorelasi (-)

4) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas di lakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda di sebut heteroskedastisitas. Model regresi baik adalah model yang heteroskedastisitas. **Ghozali (2012:139)**.

Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang diprediksikan dan sumbu X



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah distandarkan.

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan) dan variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan: Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

X_1 = kepercayaan

X_2 = Kualitas pelayanan

e = Faktor pengganggu atau Error

Kategori yang digunakan berdasarkan skala *likert*, dimana responden nantinya diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai jawaban seperti dibawah ini:

Sangat setuju (SS) dengan skor : 5

Setuju (S) dengan skor : 4

Netral (NT) dengan skor : 3

Tidak Setuju (TS) dengan skor : 2

Sangan tidak setuju (STS) dengan skor : 1

Untuk membantu dalam pengolahan data tersebut digunakan program komputer yakni SPSS Statistik 23 (*statistical product and service solutions*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.5 Uji Hipotesis

1. Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen (X1) kepercayaan (X2) Kualitas pelayanan dan variabel (Y) kepuasan Pelanggan secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012).

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka:
 H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka:
 H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan.

2. Uji F (simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yaitu pada penelitian ini (X1) kepercayaan, (X2) Kualitas pelayanan, yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) kepuasan Pelanggan, **Ghozali (2012 : 98)**.

Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka:

H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Kepercayaan dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1) **Ghozali (2012 : 97)**.

Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu

menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

0	= Tidak Berkorelasi
0,1 - 0,20	= Sangat Rendah
0,21 - 0,40	= Rendah
0,41 - 0,60	= Agak Rendah
0,61 - 0,80	= Cukup
0,81 - 0,99	= Tinggi
1	= Sangat tinggi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

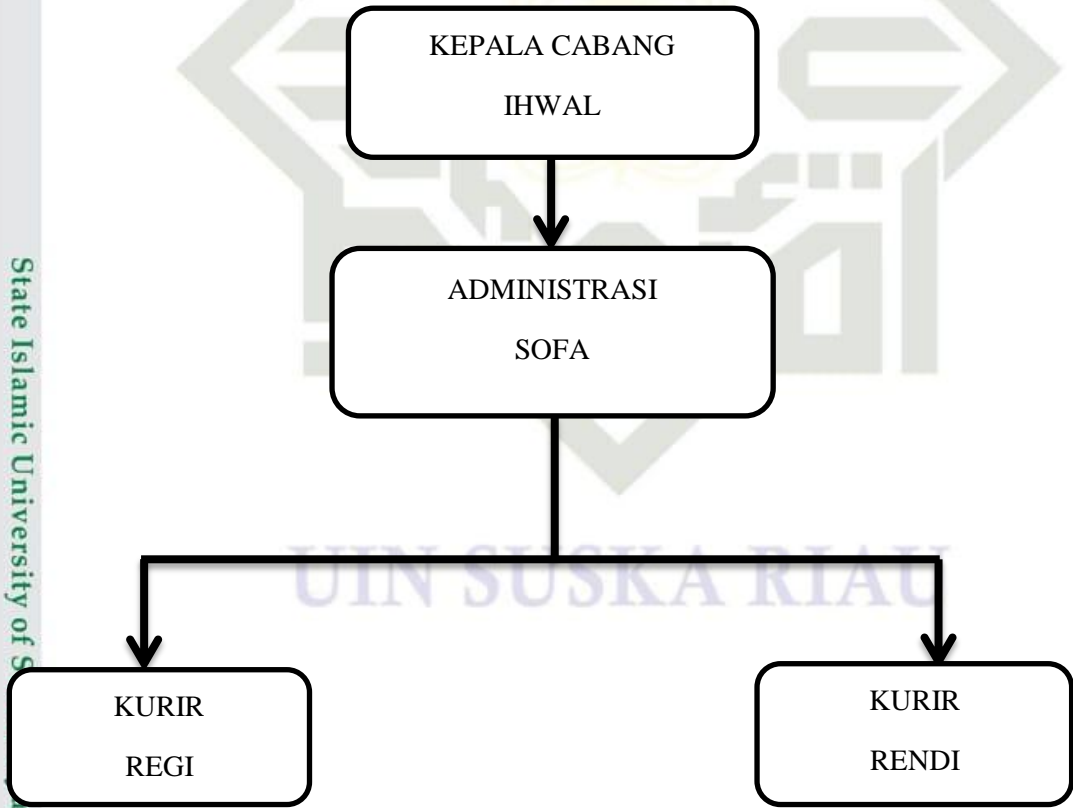
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

JNE Ujung Batu adalah jasa pengiriman pertamakali di kecamatan Ujung Batu, dengan adanya jasa pengiriman JNE ini sangat memudahkan masyarakat sekitar Ujung Batu dalam melakukan pengiriman barang untuk keluar daerah. JNE ini didirikan pada tanggal 01 Juli 2011. Dengan berdirinya tanpa adanya kurir hingga sekarang mengalami kemajuan yang pesat. JNE Ujung Batu buka setiap harinya mulai pukul 08.00-17.00. JNE sendiri bertempat di JL. JEND. SUDIRMAN UJUNG BATU TIMUR.

STRUKTUR ORGANISASI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis lakukan sebelumnya. Maka penulis menarik kesimpulan dari apa yang telah penulis uraikan serta penyampaian saran-saran yang mungkin bisa menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

6.1 Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada JNE ujung batu memiliki peran yang besar dibandingkan faktor lain dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
2. Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
3. Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
4. Berdasarkan perhitungan koefisien Determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,571. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu

sebesar 57,1%. Sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Factor kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, itu berarti sebuah perusahaan harus terus memberikan pelayanan yang baik dan mendapatkan kepercayaan dan menjaganya agar timbul rasa puas dari konsumen dan mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan lagi pelayanan dari perusahaan tersebut.
2. Factor kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, itu artinya bahwa sebuah perusahaan harus terus menjaga kualitas dari pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen sehingga konsumen tersebut akan merasa puas dari pelayanan yang diberikan sehingga konsumen tersebut tidak ragu lagi untuk menggunakan pelayanan yang ditawarkan perusahaan tersebut lagi.
3. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai factor-faktor yang dapat mempengaruhi variable kepuasan konsumen dengan menggunakan analisis data yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur`an Surat Al-Baqarah, ayat 275

Atiyah, Latif Abduridha. 2017. **Impact of Service Quality on Customer Satisfaction**. Australian Journal of Basic and Applied Sciences Vol 11 No 5. 2017 : 20-28

Dennisa, Eugenia Andrea dan Suryono, Budi Santoso. 2016. **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmetic Semarang)**. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Vol 5 No 3. 2016 : 1-13

Ghozali, Imam. 2012. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS**. Yogyakarta

Hadits, Riwayat Al-bazzar, **Bulughul Maram**. Bab I kitab jual beli tentang Syarat-Syarat dan yang dilarang diperjual belikan.

Harefa, B. D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Situs Lazada Pada Mahasiswa/I S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara .

Kesuma Eka, Amri, dan M. Shabri . 2015. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh**. Jurnal Manajemen Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala Vol 4 No 4. November 2015: 176-192

Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2009. **Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1**. PT Macanan Jaya Cemerlang. Indonesia.

Mahendra, Kevin Putra dan Ratih Indriyani. 2018. **Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Pekasa Utomo**. AGORA Vol 7 No 1. 2018 : 121-131

Nidyatantri, Ni Made Marta, Suryawardani, Oka I,G.A., Agung, Dewa Gede. 2016. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling. E-jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol 5 No 1. Januari 2016 : 2301-6523

- Panjaitan, Januar Efendi dan Ai Lili Yuianti. 2016. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung.** DeRema Jurnal Manajemen Vol 11 No 2. September 2016 : 265-289
- Quddus, Fakhri Syahir Abdul and Herry Hudrasyah. 2014. **The Influence of Service Quality Dimensions on Customer Loyalty in PT. JNE North Bandung Area.** Journal of Business and Management Vol 3 No 5. 2014 : 546-556
- Razak, Ismail. 2016. **The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value.** Journal of Marketing and Consumer Research ISSN 2422-8451 An International Peer-reviewed Journal Vol 30. 2016 : 59-68
- Soegoto, Agus Supandi. 2013. Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalias Konsumen. Jurnal EMBA Vol 1 No 3. September 2013 : 1271-1283
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parameter untuk penelitian kuantitatif.* Jakarta : PT Bumi Aksara
- Sugara, Anang dan Rizki Yudhi Dewantara. 2017. Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen "Z"). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol 52, No 1 November 2017 : 8-15
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta
- Sulianto. 2013. **Pengaruh Nilai pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Switching Cost Sebagai Variabel Moderasi.** Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 12 No 1. Juni 2013 : 11-18
- Suliyanto. 2011. **Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS.** Penerbit: Andy
- Setyobudi Ismanto, Daryanto. 2014. **Konsumen dan pelayanan prima.** Yogyakarta: Gava Media
- Tjiptono, Fandy dan Gregious Chandra. 2011. **Service, Quality & Satisfaction.** C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa.** C.V Andi Offset, Yogyakarta.

©Jiptono, Fandy. 2016. Service, Quality & Satisfaction. C.V Andi Ofst, Yogyakarta.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



LAMPIRAN I

Kepada :

Masyarakat yang terhormat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya NINDY AZIS SAPUTRI Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau mengenai :” **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN ROKAN HULU**”.

Sehubungan dengan itu saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i bisa membantu saya untuk mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya demi kelancaran penelitian ini. Atas partisipasi dan kerja samanya peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya

UIN SUSKA RIAU

NINDY AZIS SAPUTRI

11571204658



I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : ≤ 17 tahun 31-44 tahun
 18-30 tahun ≥ 45 tahun
4. Pekerjaan :
5. No Hp :

II. PETUNJUK PENGISIAN

- Isilah terlebih dahulu **identitas** anda.
- Bacalah dengan baik pernyataan dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling benar dengan memberi tanda (√) pada pilihan Anda.
- Pilihan jawaban dengan kriteria dibawah ini :
 - Sangat Setuju (SS)**
 - Setuju (S)**
 - Netral (N)**
 - Tidak Setuju (TS)**
 - Sangat Tidak Setuju (STS)**
- Mohon kuesioner ini diisi dengan lengkap, kerahasiaan dari jawaban anda dijamin sepenuhnya. Terimakasih

III. PERNYATAAN

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai.

NO	PERNYATAAN	JAWABAN
----	------------	---------



		SS	S	N	TS	STS
KEPERCAYAAN						
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang 1. Ditaring Hengulip, Sebagian atau seluruhnya tanpa mencari tumk dan menyebtkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.	JNE Express Ujung Batu memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang ditentukan					
	Saya yakin JNE Express Ujung Batu merupakan perusahaan yang kompeten					
	Saya merasa JNE Express Ujung Batu kompeten di bidangnya					
	JNE Express Ujung Batu mampu melayani dengan baik					
	JNE Express Ujung Batu sangat memperdulikan kepentingan konsumen					
JNE Express Ujung Batu menerima kritik dan saran dari konsumen						

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
KUALITAS PELAYANAN						
	Saya merasa JNE Express Ujung Batu mempunyai reputasi yang bagus					
	JNE Express Ujung Batu mampu menjelaskan tentang produk atau segala sesuatu yang dibutuhkan konsumen					
3	JNE Express Ujung Batu cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen					
4	JNE Express Ujung Batu memberikan solusi terbaik terhadap keluhan konsumen					
5	JNE Express Ujung Batu mampu meyakinkan konsumen dengan jaminan pelayanan yang memuaskan					
6	JNE Express Ujung Batu mempunyai tenaga					



	profesional untuk melayani konsumen					
	JNE Express Ujung Batu memberikan perhatian secara penuh kepada konsumen					
	JNE Express Ujung Batu memiliki karyawan yang ramah					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	SS	S	N	TS	STS
KEPUASAN KONSUMEN					
JNE Express Ujung Batu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen					
JNE Express Ujung Batu selalu menjaga tingkat kualitas pelayanan yang diberikan					
JNE Express Ujung Batu selalu memperhatikan pelayanan yang konsumen inginkan					
JNE Express Ujung Batu lebih dapat memenuhi kepuasan konsumen dibandingkan dengan pesaing					
JNE Express Ujung Batu selalu menjadi pilihan pertama untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen					
JNE Express Ujung Batu jarang menerima complain dari konsumen					
JNE Express Ujung Batu selalu menjaga pekerjaan yang dilakukan sehingga konsumen tidak perlu melakukan complain					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengundangi sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN	KEPERCAYAAN (X1)							KUALITAS PELAYANAN (X2)								KEPUASAN KONSUMEN (Y)								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
RESPONDEN 1	4	4	4	4	3	3	20	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 2	5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	4	5	5	35	5	4	5	5	4	4	4	31
RESPONDEN 3	4	4	5	4	4	3	23	5	4	4	3	3	3	4	5	31	4	5	5	5	4	4	5	32
RESPONDEN 4	4	4	3	3	4	4	23	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	5	4	4	3	3	4	27
RESPONDEN 5	3	3	5	5	4	4	26	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	3	4	27
RESPONDEN 6	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	4	3	3	31	4	4	5	5	4	4	4	30
RESPONDEN 7	4	4	3	3	4	4	21	5	4	4	4	3	4	4	4	32	4	3	3	3	3	4	4	24
RESPONDEN 8	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 9	4	4	4	3	4	3	22	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	2	2	3	3	3	19
RESPONDEN 10	2	2	2	2	5	5	21	4	4	5	5	4	5	4	5	36	5	4	4	4	5	5	4	31
RESPONDEN 11	2	2	3	2	4	4	19	5	4	3	4	4	3	3	3	29	4	3	2	3	2	4	4	22
RESPONDEN 12	2	2	2	2	3	3	15	3	4	2	4	3	3	3	3	25	4	2	4	2	2	2	4	20
RESPONDEN 13	5	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4	4	5	5	5	5	5	33
RESPONDEN 14	3	3	3	4	4	4	21	3	4	5	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	35
RESPONDEN 15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	21
RESPONDEN 16	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	21
RESPONDEN 17	4	4	4	4	3	3	21	3	3	4	3	3	3	3	3	25	4	4	5	4	5	4	3	29
RESPONDEN 18	5	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 19	5	5	4	3	4	3	23	5	3	3	5	5	4	4	3	32	4	5	4	4	5	4	3	29
RESPONDEN 20	5	5	4	5	5	5	29	3	5	4	4	4	3	3	4	30	4	4	5	4	5	5	5	32
RESPONDEN 21	5	5	5	5	3	3	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
RESPONDEN 22	4	4	3	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	4	4	4	25
RESPONDEN 23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	3	4	4	26
RESPONDEN 24	4	4	4	3	3	3	21	2	3	3	3	3	3	3	3	23	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 25	5	5	4	4	5	4	27	4	4	5	5	4	4	5	5	36	4	4	5	4	5	4	4	30
RESPONDEN 26	5	5	4	2	3	3	21	4	4	3	4	3	4	2	3	27	4	2	3	3	4	5	4	25
RESPONDEN 27	4	4	3	3	3	3	19	4	4	4	3	4	4	4	3	30	5	5	4	4	4	4	4	30
RESPONDEN 28	4	4	3	3	4	4	22	3	3	4	3	3	3	3	3	25	4	4	4	2	3	3	3	23
RESPONDEN 29	4	4	4	4	4	5	25	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	2	4	4	4	4	26

2. Dilarang mengutipan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dilarang menjual sebagian atau seluruh karya tulis ini kepada pihak lain tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University

RESPONDEN 30	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 31	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
RESPONDEN 32	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
RESPONDEN 33	4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	3	4	4	4	4	4	30	3	3	2	4	4	4	3	23
RESPONDEN 34	4	3	2	4	4	3	20	4	3	3	4	4	3	3	4	4	28	4	3	3	2	3	3	3	21
RESPONDEN 35	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	25	5	4	3	4	4	3	3	26
RESPONDEN 36	4	5	3	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	3	2	5	5	27	
RESPONDEN 37	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	3	3	3	28	4	3	4	3	4	3	4	25	
RESPONDEN 38	3	4	5	4	4	4	24	3	4	3	3	3	3	4	3	26	4	4	4	4	3	3	4	26	
RESPONDEN 39	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	3	3	3	4	3	28	4	3	3	3	2	3	3	21	
RESPONDEN 40	4	4	4	3	4	4	22	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3	4	4	4	2	2	3	22	
RESPONDEN 41	4	4	5	4	5	5	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	5	4	4	4	31	
RESPONDEN 42	3	3	4	3	3	3	21	2	3	3	2	3	2	4	4	23	4	2	3	3	3	3	3	21	
RESPONDEN 43	4	4	5	4	4	4	25	3	4	3	3	3	3	4	4	27	4	3	5	5	3	4	4	28	
RESPONDEN 44	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	3	3	3	3	3	22	
RESPONDEN 45	5	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	5	5	5	4	4	4	31	
RESPONDEN 46	3	4	4	4	4	4	22	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	3	2	3	3	2	2	19	
RESPONDEN 47	4	4	4	4	4	4	23	3	4	4	4	4	4	3	3	29	5	5	3	5	4	5	3	30	
RESPONDEN 48	4	4	4	4	3	3	23	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	4	4	4	4	4	3	26	
RESPONDEN 49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28	
RESPONDEN 50	5	4	4	5	5	5	27	4	4	4	5	4	4	4	4	33	5	4	4	4	4	4	3	28	
RESPONDEN 51	3	4	3	4	4	4	22	5	4	3	4	4	5	5	5	35	4	4	5	5	4	4	5	31	
RESPONDEN 52	4	5	5	5	4	4	27	5	5	4	4	4	3	4	3	32	4	5	4	4	4	4	4	29	
RESPONDEN 53	4	4	4	4	4	4	23	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	3	5	3	4	4	3	26	
RESPONDEN 54	4	4	5	4	3	3	23	4	4	5	3	4	4	5	4	33	4	4	4	4	3	5	5	29	
RESPONDEN 55	4	4	4	4	3	3	23	4	4	3	4	3	3	4	4	29	4	4	3	4	3	4	4	26	
RESPONDEN 56	3	3	3	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	21	
RESPONDEN 57	3	4	3	3	3	3	19	3	3	2	3	3	2	2	3	21	3	3	4	4	4	4	4	26	
RESPONDEN 58	5	5	4	4	5	5	28	4	5	4	5	5	4	4	5	36	5	5	4	4	5	5	4	32	
RESPONDEN 59	4	3	4	5	5	5	25	4	5	4	4	4	4	5	4	34	4	4	5	5	3	4	5	30	
RESPONDEN 60	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28	

Disarankan untuk mengemukakan dan memperdebatkan sebagai atau selanjutnya, tulis ini dalam bentuk laporan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya ilmiah, dan membuka sumber:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University

RESPONDEN 61	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 62	5	3	4	4	4	4	25	3	5	5	5	5	3	5	4	4	35	5	4	4	4	4	4	5	30
RESPONDEN 63	3	2	3	3	3	3	17	4	3	3	3	3	3	3	3	3	25	1	3	2	2	2	2	2	14
RESPONDEN 64	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	3	4	4	36	5	5	4	5	4	5	5	33
RESPONDEN 65	3	3	3	3	4	4	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	2	2	2	2	3	17
RESPONDEN 66	3	3	3	4	4	4	20	3	3	3	3	3	3	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 67	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
RESPONDEN 68	3	3	3	3	3	3	19	4	4	4	3	4	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	21
RESPONDEN 69	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	21
RESPONDEN 70	5	4	4	4	4	5	27	4	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	3	4	4	4	27
RESPONDEN 71	4	5	5	4	4	4	27	5	4	4	4	5	5	4	5	5	36	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 72	4	4	5	5	5	5	26	5	4	3	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	5	5	5	34
RESPONDEN 73	2	2	2	3	3	3	16	3	2	3	3	2	2	3	2	2	20	4	2	2	2	4	4	2	20
RESPONDEN 74	4	4	4	4	4	4	23	3	4	4	3	3	3	4	4	4	28	3	3	4	4	3	3	3	23
RESPONDEN 75	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 76	3	3	3	4	3	3	19	4	4	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	3	3	3	3	22
RESPONDEN 77	4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	5	4	4	5	5	5	36	5	4	4	4	4	4	4	29
RESPONDEN 78	3	4	5	4	5	5	25	4	3	4	4	4	5	4	4	4	32	3	3	4	3	4	4	3	24
RESPONDEN 79	5	4	3	4	4	4	25	4	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	4	4	3	4	4	4	28
RESPONDEN 80	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	5	4	4	28
RESPONDEN 81	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	3	3	3	29	5	4	4	4	4	4	4	29
RESPONDEN 82	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 83	4	4	4	3	3	3	21	4	4	3	3	4	4	3	3	3	28	4	3	3	1	3	2	2	18
RESPONDEN 84	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	3	3	3	3	29	4	4	5	3	3	4	4	27
RESPONDEN 85	4	3	3	4	4	4	21	3	4	3	3	3	4	3	3	3	26	3	2	4	2	3	2	4	20
RESPONDEN 86	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28
RESPONDEN 87	5	4	5	5	5	5	28	5	5	4	5	4	4	4	4	4	35	5	5	4	5	4	4	4	31
RESPONDEN 88	5	4	4	5	5	5	27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	5	5	5	4	4	4	31
RESPONDEN 89	4	4	3	4	3	3	21	4	4	3	4	3	3	3	3	3	27	5	4	5	5	4	4	4	31
RESPONDEN 90	2	2	3	3	4	4	17	2	4	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	2	3	20
RESPONDEN 91	4	4	3	3	4	4	21	4	3	3	3	3	4	4	4	4	28	3	4	3	4	4	4	4	26

Disetujui dan disahkan pada tanggal 10 Mei 2023 di Pekanbaru, Riau.
 a. Penggantian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 b. Penggantian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 c. Penggantian sebagian atau seluruhnya tanpa menaikan dan menyalahgunakan hak cipta yang dimiliki atau seluruhnya dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University

RESPONDEN 92	3	2	2	2	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	21
RESPONDEN 93	4	3	3	4	5	4	23	3	4	4	4	4	4	3	4		30	4	4	4	3	4	4	4	27
RESPONDEN 94	4	4	4	3	3	3	20	4	4	3	3	3	3	3	3		26	3	3	3	3	3	3	3	21
RESPONDEN 95	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5		40	5	5	5	5	5	5	5	35
RESPONDEN 96	3	4	4	4	3	3	21	3	3	3	3	3	3	4	3		25	4	4	4	3	4	4	4	27
RESPONDEN 97	4	4	2	4	4	5	23	4	4	4	4	4	4	4	4		32	4	4	3	4	4	4	4	27
RESPONDEN 98	4	4	4	3	5	4	24	3	5	4	5	4	4	3	4		32	4	5	4	4	3	3	4	27
RESPONDEN 99	4	4	4	4	4	4	22	4	4	3	4	3	4	4	4		30	4	4	4	3	3	4	3	25
RESPONDEN 100	4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	4	4	4	5	5		36	5	5	5	5	5	5	5	35

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University



UIN SUSKA RIAU

UJI Validitas dan Reliabilitas

1. Variabel Kepercayaan (X1)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL_X1
P1	Pearson Correlation	1	,358**	,269**	,298**	,519**	,464**	,648**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,003	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,358**	1	,640**	,508**	,427**	,383**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,269**	,640**	1	,614**	,372**	,312**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000		,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,298**	,508**	,614**	1	,457**	,441**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,519**	,427**	,372**	,457**	1	,695**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,464**	,383**	,312**	,441**	,695**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,648**	,763**	,741**	,762**	,768**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	7

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL_X2
P1	Pearson Correlation	1	,516**	,386**	,532**	,511**	,552**	,425**	,443**	,695**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,516**	1	,572**	,597**	,587**	,476**	,439**	,501**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,386**	,572**	1	,603**	,654**	,565**	,615**	,633**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,532**	,597**	,603**	1	,757**	,653**	,476**	,610**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,511**	,587**	,654**	,757**	1	,726**	,546**	,607**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,552**	,476**	,565**	,653**	,726**	1	,605**	,684**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	,425**	,439**	,615**	,476**	,546**	,605**	1	,775**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	,443**	,501**	,633**	,610**	,607**	,684**	,775**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,695**	,735**	,795**	,824**	,847**	,830**	,774**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	9



3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL_Y
P1	Pearson Correlation	1	,557**	,442**	,530**	,565**	,565**	,496**	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,557**	1	,560**	,734**	,561**	,578**	,573**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,442**	,560**	1	,625**	,492**	,504**	,648**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,530**	,734**	,625**	1	,598**	,646**	,654**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,565**	,561**	,492**	,598**	1	,708**	,470**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,565**	,578**	,504**	,646**	,708**	1	,686**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	,496**	,573**	,648**	,654**	,470**	,686**	1	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,729**	,815**	,770**	,863**	,783**	,834**	,806**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	8

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Asumsi Klasik

I. Uji Normalitas

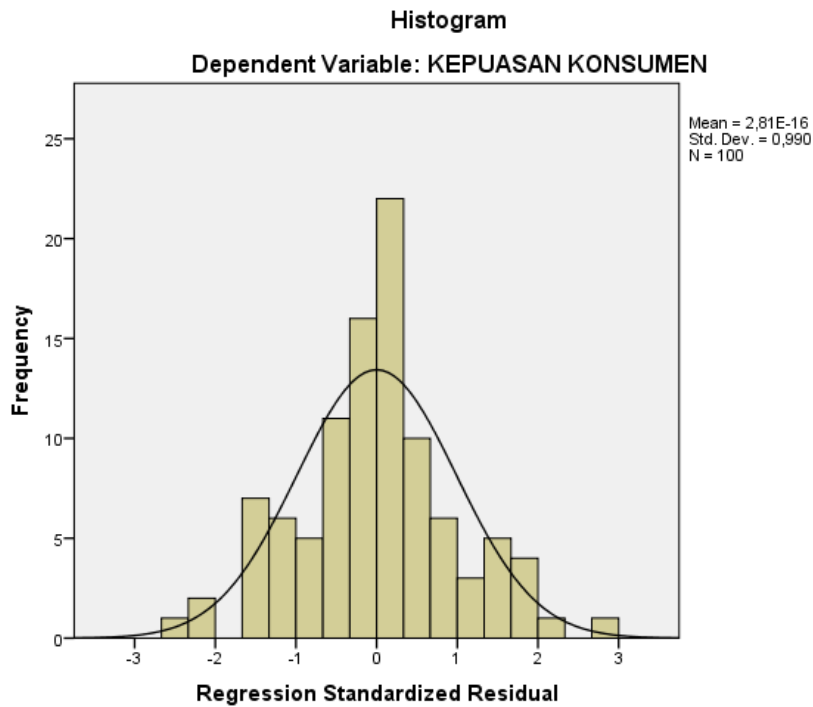
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,052
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077 ^c

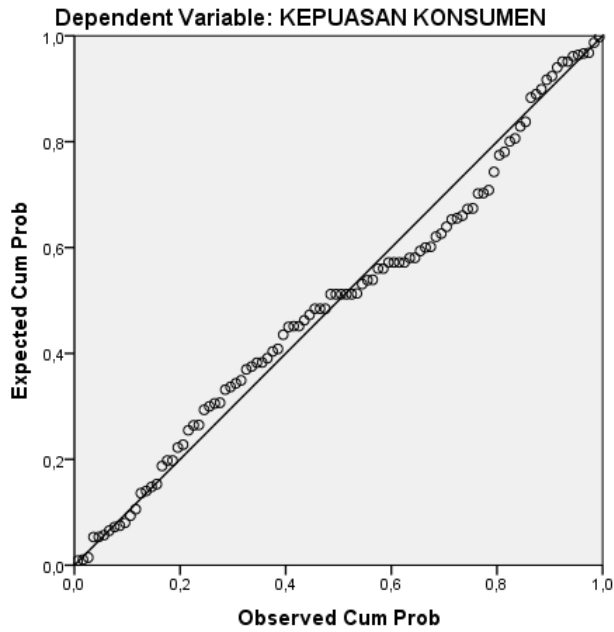
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, atau pengabdian masyarakat
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinieritas

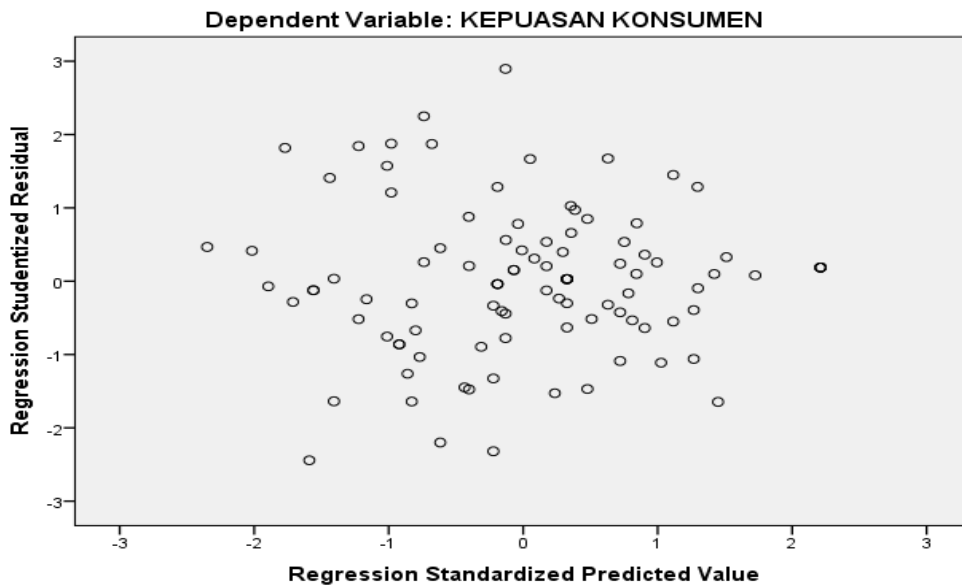
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,752	2,226		,787	,433		
KEPERCAYAAN	,528	,138	,390	3,837	,000	,429	2,331
KUALITAS PELAYANAN	,421	,103	,417	4,102	,000	,429	2,331

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot





4 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,755 ^a	,571	,562	3,039	2,194

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

5 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,752	2,226		,787	,433
	KEPERCAYAAN	,528	,138	,390	3,837	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,421	,103	,417	4,102	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

6 Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,752	2,226		,787	,433
	KEPERCAYAAN	,528	,138	,390	3,837	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,421	,103	,417	4,102	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

7 Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1191,137	2	595,568	64,474	,000 ^b
Residual	896,023	97	9,237		
Total	2087,160	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh isi laporan ini tanpa izin dari penerbit. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 ^a	,571	,562	3,039

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN



UIN SUSKA RIAU



Rekapitulasi Responden

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	49	49,0	49,0	49,0
PEREMPUAN	51	51,0	51,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <17 TAHUN	4	4,0	4,0	4,0
18-30 TAHUN	79	79,0	79,0	83,0
31-44 TAHUN	13	13,0	13,0	96,0
>45 TAHUN	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	12	12,0	12,0	12,0
SWASTA	24	24,0	24,0	36,0
WIRASWASTA	34	34,0	34,0	70,0
MAHASISWA	18	18,0	18,0	88,0
PELAJAR	4	4,0	4,0	92,0
IRT	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Penguji tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

bagi-

menc

ulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



Rekapitulasi Jawaban Kuesioner

1. Kepercayaan (X1)

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
N	35	35,0	35,0	37,0
S	46	46,0	46,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
N	24	24,0	24,0	30,0
S	50	50,0	50,0	80,0
SS	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
N	22	22,0	22,0	30,0
S	55	55,0	55,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
N	29	29,0	29,0	35,0
S	47	47,0	47,0	82,0
SS	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	25	25,0	25,0	25,0
S	54	54,0	54,0	79,0
SS	21	21,0	21,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	31	31,0	31,0	31,0
S	45	45,0	45,0	76,0
SS	24	24,0	24,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Kualitas Pelayanan (X2)**P1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
N	30	30,0	30,0	33,0
S	47	47,0	47,0	80,0
SS	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
N	21	21,0	21,0	22,0
S	59	59,0	59,0	81,0
SS	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
N	37	37,0	37,0	39,0
S	45	45,0	45,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
N	32	32,0	32,0	33,0
S	49	49,0	49,0	82,0
SS	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
N	33	33,0	33,0	34,0
S	53	53,0	53,0	87,0
SS	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
N	33	33,0	33,0	36,0
S	53	53,0	53,0	89,0
SS	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
N	32	32,0	32,0	34,0
S	49	49,0	49,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
N	35	35,0	35,0	36,0
S	46	46,0	46,0	82,0
SS	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



3. Kepuasan Konsumen (Y)

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
N	20	20,0	20,0	21,0
S	57	57,0	57,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5,0	5,0	5,0
N	27	27,0	27,0	32,0
S	48	48,0	48,0	80,0
SS	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
N	23	23,0	23,0	31,0
S	44	44,0	44,0	75,0
SS	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
TS	8	8,0	8,0	9,0
N	27	27,0	27,0	36,0
S	42	42,0	42,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
N	29	29,0	29,0	36,0
S	48	48,0	48,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
N	21	21,0	21,0	29,0
S	54	54,0	54,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4,0	4,0	4,0
N	28	28,0	28,0	32,0
S	51	51,0	51,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
 FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: fekoncos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4849/2019 Pekanbaru, 30 Juli 2019 M
 Sifat : Biasa 27 Zulqaidah 1440 H
 Lampiran : -
 Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
 Yth. **Dr. Dony Martias, SE, MM**
 Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Nindy Azis Saputri
 NIM : 11571204658
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Kepercayaan, Kualitas pelayanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE EXPRESS di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudarasebagai pembimbingdalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas. Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.



Dekan,
Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Sainteslamin University of Sultan Syarif Kasim Riau

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nindy Azis Saputri, lahir didesa Kota Baru, Kecamatan Kunto Darussalam, Kabupaten Rokan Hulu pada tanggal 30 Maret 1997. Merupakan anak pertama dari 4 bersaudara, lahir dari pasangan Ayahanda Yulainah dan ibunda Yulainah.

Penulis mengawali pendidikan pertama di Taman Kanak-kanak Ana Muslim. Kelulusan tahun 2003. Lalu melanjutkan ke Sekolah Dasar Negeri 008 Kunto Darussalam, kelulusan tahun 2009. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Madrasah Tsanawiyah Ana Muslim, kelulusan tahun 2012. Kemudian melanjutkan lagi ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 001 Kuntodarussalam, kelulusan tahun 2015.

Setelah itu penulis melanjutkan Studi Program Strata 1 pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2015.

Pada tahun 2019 tepatnya bersamaan pada tanggal 08 Oktober 2019 , penulis lulus dalam sidang Munaqasyah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS DI KECAMATAN UJUNG BATU KABUPATEN ROKAN HULU”** dibawah bimbingan Bapak Dr. Dony Martias, SE, MM.

UIN SUSKA RIAU