



Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabebean (PPJK) Pada PT. Trigita Upaya Makmur Semarang

Febi Ismi Dhamayanti¹, Yudho Purnomo²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Karya Utama Semarang
yudhocendekiaku@gmail.com

Abstrak

Pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pemakai jasa. Untuk mengetahui seberapa penting pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas dalam memberikan kepuasan pemakai jasa di perusahaan. Riset ini merupakan riset kuantitatif. Dengan jenis data primer bersifat *cross section*, dari populasi tersebut dipilih menggunakan teknik random sampling diperoleh sampel dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, Analisis yang digunakan dalam riset ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Hasil riset menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berdampak positif signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa. Kualitas pelayanan berdampak positif signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa. Serta fasilitas berdampak positif signifikan terhadap kepuasan pemakai jasa. Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan bagi perusahaan PPJK meningkatkan kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Karena dengan meningkatkan ketiga variable tersebut, maka dapat memaksimalkan peluang bagi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang bekerjasama dan mendapatkan pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang ada pada perusahaan.

Kata Kunci : *Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pemakai Jasa*

Pendahuluan

Pertumbuhan dunia bisnis yang sangat pesat akan berdampak terhadap tingkat persaingan antar perusahaan penyedia jasa Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabebean (PPJK) dalam pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat. Pesatnya Pertumbuhan perusahaan penyedia jasa angkutan barang, hal tersebut berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Kepuasan konsumen secara individu sangat sulit dicapai karena keaneragaman keinginan konsumen itu sendiri, oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk lebih memahami keinginan konsumen agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Kepuasan konsumen memegang peranan penting dalam Pertumbuhan perusahaan. Kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting bagi perusahaan jasa, karena bagi perusahaan jasa kepuasan pelanggan merupakan indikasi



keberhasilan perusahaan dalam melayani konsumen. Konsumen yang puas menjadi konsumen perusahaan dan berdampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan. (Minor, 2012) mendefinisikan kepuasan pemakai jasa adalah sebagai sikap umum yang ditunjukkan konsumen terhadap barang dan jasa setelah diperoleh dan digunakan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu Kepercayaan Konsumen. Menurut (Diza et al., 2016) kepercayaan konsumen merupakan kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh para konsumen untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan oleh penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kepercayaan merupakan suatu perasaan yakin atas suatu harapan yang diinginkan terhadap suatu hal berupa tulisan atau perkataan yang bisa diwujudkan. Menurut (Wulansari & Meirinawati, 2022) mendefinisikan Kualitas pelayanan merupakan jenis penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima pada tingkat pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima atau dialami sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Kepuasan yang dihasilkan dapat memotivasi konsumen untuk melakukan dan mengharapkan pembelian berulang. adalah pelanggan tetap. Seperti pendapat (F. dan G. C. Tjiptono, 2016) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas yang ada dalam perusahaan terkait Pengurusan jasa kepabeanan meliputi pengurusan kegiatan kepabeanan baik ekspor maupun impor di Kantor Pelayanan Bea dan Cukai, pengurusan pemasukan kargo ke kawasan pabean dan/atau pengeluaran kargo dari Kawasan pabean, pengurusan pengajuan dokumen ekspor dan impor ke instansi terkait. Fenomena yang ada di lapangan, semakin bertambahnya penyedia jasa PPJK di kota Semarang akan meningkatnya persaingan dibidang usaha tersebut. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi PT. Trigita Upaya Makmur Semarang, bila tidak melakukan perbaikan pelayanannya. Terkait hal pelayanan PT. Trigita Upaya Makmur Semarang ini memiliki jumlah konsumen yang banyak, namun ada beberapa masalah yang terjadi seperti adanya keluhan konsumen berupa keterlambatan draft dokumen yang berhubungan dengan instansi terkait. Demikian perusahaan mempunyai cara tersendiri untuk mengantisipasi keterlambatan dokumen yang terkait dengan instansi dikarenakan down sistem, sehingga disaat pelanggan membutuhkan draft cepat perusahaan belum dapat memenuhi permintaan tersebut. Untuk menilai kepuasan pemakai jasa, harapan



konsumen memiliki peranan yang besar sebagai perbandingan dalam evaluasi kualitas, fasilitas maupun kepuasan. dari beberapa riset terdahulu diatas memiliki persamaan dengan hasil yang berbeda dan berdampak positif terhadap kepuasan pemakai jasa. Perbedaan dengan riset yang akan peneiliti lakukan adalah terletak pada penerapanan komponen masing-masing variabel. Hubungan konsumen dalam jangka panjang dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran.

Telaah Teori

Kepercayaan Konsumen

Menurut (Maharani, 2010) Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Menurut (P. dan K. L. K. Kotler, 2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya.

Kualitas Pelayanan

Konsumen mempercayai fitur produk jika itu adalah citra produk. Menurut (Minor, 2012) kepercayaan konsumen terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut :

- a. Kepercayaan atribut produk Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut-objek menghubungkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa
- b. Kepercayaan manfaat atribut Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal
- c. Kepercayaan manfaat objek Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.



Menurut (Abdullah, T., & Tantri, 2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Fasilitas

Fasilitas merupakan faktor pendukung yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ruang adalah hal yang harus dipertimbangkan bisnis untuk memudahkan konsumen mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Sebelum menawarkan jasa, perusahaan harus mendapatkan tempat yang mendukung jasa yang ditawarkan. Seperti pendapat (F. dan G. C. Tjiptono, 2016) bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Sedangkan menurut (Zakiyah Daradjat, 2012) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Kepuasan Pemakai Jasa

(P. Kotler, 2013) mendefinisikan bahwa *satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance in relation to his or her expectation* yang artinya kepuasan adalah perasaan seseorang tentang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya). (Arief, 2006) mendefinisikan kepuasan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi. Bukti langsung (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati.

Kerangka Pemikiran

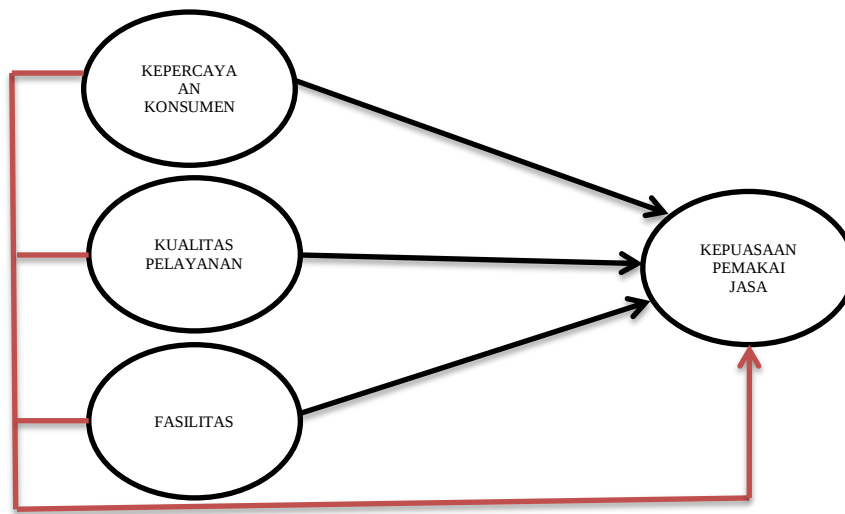
Konsumen mempercayai fitur produk jika itu adalah citra produk menurut (Priansa, 2017) Ada beberapa hal untuk membangun landasan atau strategi membangun kepercayaan konsumen. Menurut (Maharani, 2010) terdapat beberapa indikator kepercayaan konsumen terhadap produk, jasa atau merek tertentu, yaitu: keandalan, kejujuran, kepedulian, dapat dipercaya, kesabaran.



Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Dalam memberikan Kualitas Pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip pokok dalam kualitas. Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Menurut Fitzsimmons dalam (Mukarom, 2015) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu *reliability, tangibles, responsiveness, assurance*.

Fasilitas adalah cara untuk mempercepat upaya perusahaan dalam menawarkan produk atau layanannya. Secara umum, premis adalah objek yang terletak di tempat di mana layanan diberikan kepada konsumen. Tujuan dari penawaran barang-barang tersebut adalah untuk membuat konsumen nyaman. Dalam menawarkan kamar harus memperhatikan kondisi, desain interior dan eksterior serta kebersihan kamar, terutama yang berkaitan erat dengan kenyamanan konsumen. Tujuannya tidak lain adalah untuk membuat konsumen merasa nyaman saat menerima layanan. Menurut (F. Tjiptono, 2012) indikator fasilitas ada enam, yaitu *Pertimbangan/perencanaan spasial, Perencanaan ruang, Perlengkapan/perabotan Perlengkapan / perabotan, Tata cahaya dan warna Tata cahaya, Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, Unsur pendukung Keberadaan fasilitas utama*.

kepuasan pemakai jasa adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ada 7 jenis indikator kepuasan pemakai jasa, yaitu *Fungsional, Psikologikal, Kualitas Produk yang Dijual, Kualitas Pelayanan yang Diberikan, Harga Produk, Kemudahan dalam Mengakses Produk, Cara Mengiklankan Produk*. Bersumber pada pemikiran di atas, maka dapat diilustrasikan sebuah kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambaran yang ada dalam suatu riset yang bermaksud untuk mengidentifikasi keterkaitan antara variable utama yang bertujuan untuk menjawab permasalahan dalam riset. Kerangka konseptual yang digunakan dalam riset ini adalah Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Perusahaan Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK) Pada PT. Trigita Upaya Makmur Semarang

Metode Riset

Riset ini dapat digolongkan sebagai riset kuantitatif. Studi ini adalah studi yang mapan dan mengkuantifikasi data yang harus digeneralisasikan. Riset ini dapat diartikan sebagai risetyang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kemudian digunakan untuk menguji hipotesis dan menjawab masalah penelitian. Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui adanya bukti empiris tentang kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan dampak pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa. pengusaha pengurus jasa kepabeanan (PPJK) pada PT. Trigita Upaya Makmur Semarang. Populasi dalam riset ini adalah 10 perusahaan ekspor impor yang berada di Indonesia, yang menggunakan jasa PPJK. Sampel diambil dari populasi tersebut. Riset ini menggunakan teknik *random sampling* untuk pengambilan sampel. Menurut Simply Psychology, *random sampling* adalah jenis pengambilan sampel probabilitas di mana setiap orang di seluruh populasi target memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel dipilih secara acak yang dimaksudkan sebagai representasi yang tidak bias dari total populasi.



Dengan demikian, jumlah sampel dalam riset ini adalah 100 konsumen dari 10 Perusahaan yang menggunakan jasa PPJK.

Pengolahan data dilakukan dengan metode partial dengan mempergunakan program SPSS 25 (Ghozali, 2018) sumber data riset ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh konsumen pemakai jasa. Riset ini menggunakan skala likert 5 poin. Skala likert yang digunakan dalam riset ini adalah (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Metode pengumpulan data digunakan untuk membantu peneliti mengumpulkan informasi yang mereka perlukan selama proses penelitian. Dalam riset ini, instrumen yang digunakan adalah angket skala likert kepada karyawan pemakai jasa PPJK. Teknik analisis data adalah cara mengelola informasi dari lapangan. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa analisis regresi linier berganda. Tujuan analisis adalah untuk melihat pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Putra & Raharjo, 2022) (Putra and Raharjo 2022).

Hasil Riset Dan Pembahasan

Riset ini menggunakan metode data kuantitatif, yaitu dimana data yang digunakan dalam riset berbentuk angka dan riset ini menganalisis bagaimana pengaruh : Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Perusahaan Penyelesaian Jasa Kepaeanan (PPJK) Pada PT. Trigita Upaya Makmur Semarang. Riset ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer (software) IMB SPSS Ver 25 (Ghozali, 2018) dan Microsoft Excel.

Tabel Deskriptif Responden Berdasarkan Berapa Banyak Menggunakan Jasa PPJK

Jasa PPJK					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 kali	28	28.0	28.0	28.0
	7 kali	39	39.0	39.0	67.0
	> 10 kali	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel 4.5 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menggunakan jasa PPJK selama <5 kali sebanyak 28 orang (28%), responden yang menggunakan jasa PPJK selama 7 kali sebanyak 39 orang (39%), dan responden yang menggunakan jasa PPJK sebanyak >10 kali sebanyak 33 orang (33%).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Jumlah sampel pengujian suatu data dapat dilakukan apabila r hitung > r tabel (Ghozali, 2018). Dalam riset ini jumlah sampel yang digunakan untuk uji validitas sebanyak 100 responden dan besarnya df dapat dihitung $100 - 2 = 98$. Dengan $df = 98$ dan tingkat signifikansi 0,01 untuk uji dua arah maka dapat nilai r tabel = 0,256. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pertanyaan kuesioner tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018) dapat diketahui bahwa hasil *Cronbach's Alpha* setiap variable lebih dari 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa variable kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas adalah reliabel.

KEPERCAYAAN KONSUMEN (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	5

KUALITAS PELAYANAN (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

FASILITAS (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	6

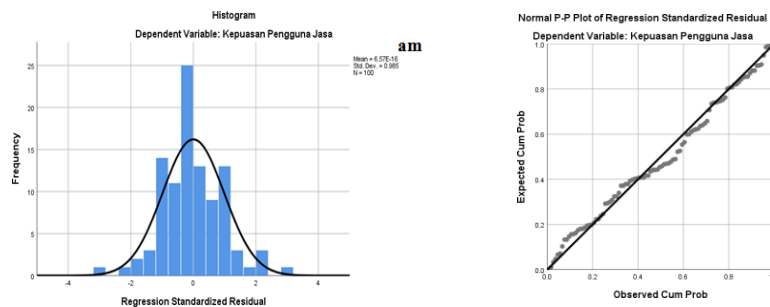
KEPUASAN PENGGUNA JASA (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	7



c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan uji statistik *One Sample KolmogorovSmirnov Test*. Jika nilai *Asymp. Significance* (2-tailed) lebih dari $\alpha = 0,05$ atau data berada disekitar garis diagonal pada Normal P-Plot maka data tersebut berdistribusi normal



terlihat bahwa histogram *Regression Standardized Residual* membentuk kurva seperti lonceng, maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal. dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal. Sehingga model regresi ini dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah disalam model regresi linier ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variable independent. Untuk mendeteksi adanya multikolonieritas pada model regresi adalah data tersebut harus memiliki nilai tolerance $>0,1$ dan nilai variance inflation factor (VIF) <10

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.437	2.289		.191	.849		
	Kepercayaan Konsumen	.390	.088	.291	4.443	.000	.744	1.344
	Kualitas Pelayanan	.178	.087	.118	2.045	.044	.969	1.032
	Fasilitas	.694	.072	.623	9.598	.000	.759	1.317

a. a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa

Sumber data : output SPSS 25, diolah tahun 2022

Dari tabel disamping kiri dapat dilihat bahwa variable kepercayaan konsumen $0,744 > 1$ dan nilai VIF < 10 , variable kualitas pelayanan $0,969 > 1$ dan nilai VIF < 10 , variable fasilitas memperoleh nilai tolerance $0,759 > 0,1$ dan nilai VIF $1,317 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variable.

e. Uji Signifikansi Silmutan (Uji Statistik F)

Pengujian hipotesis secara silmutan dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara semua variabel independent (kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas) terhadap variable dependen (kepuasan pemakai jasa PPJK).

Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Silmutan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	845.450	3	281.817	72.070	.000 ^b
	Residual	375.390	96	3.910		
	Total	1220.840	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna Jasa						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen						

Sumber data : output SPSS 25, diolah tahun 2022

Dari hasil Uji ANOVA atau Uji F diatas dapat dilihat pada nilai F test sebesar 72,070 dan signifikan pada 0,000 yang berarti variabel fasilitas pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan konsumen secara bersamaan mempengaruhi variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas

f. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara persial atau individu berdampak nyata atau tidak terhadap variabel berikat. Kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai t hitung dan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai table dan tingkat

S. Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) H_0 ditolak dan H_a diterima.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.437	2.289		.191
	Kepercayaan Konsumen	.390	.088	.291	.000
	Kualitas Pelayanan	.178	.087	.118	.044
	Fasilitas	.694	.072	.623	.000

Sumber data : output SPSS 25, diolah tahun 2022

- a. Pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pemakai jasa
Hipotesis pertama menyatakan bahwa kepercayaan konsumen (X_1) berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa (Y). Berdasarkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan $< 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa H_1 diterima. Dengan demikian dapat



disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK.

- b. Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai jasa Hipotesis kedua menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X2) berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa (Y). Berdasarkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi 0,044 yang menunjukkan $< 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa H2 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK.
- c. Pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pemakai jasa Hipotesis ketiga menyatakan bahwa fasilitas (X3) berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa (Y). Berdasarkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi 0,679 yang menunjukkan $< 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa H3 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK.

g. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independent pada variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dalam riset ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.437	2.289		.191
	Kepercayaan Konsumen	.390	.088	.291	4.443
	Kualitas Pelayanan	.178	.087	.118	2.045
	Fasilitas	.694	.072	.623	9.598

Sumber data : output SPSS 25, diolah tahun 2022

dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$Y = 0,437 + 0,694 X_1 + 0,178 X_2 + 0,390 X_3 + e$Dari persamaan diatas nilai konstanta dan nilai regresi pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan Konsumen (X1)



adalah sebesar 0,390 bertanda positif yang artinya semakin tinggi kepercayaan konsumen akan meningkatkan kepuasan pemakai jasa.

- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₂) adalah sebesar 0,178 bertanda positif yang artinya semakin tinggi kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pemakai jasa. Nilai koefisien regresi untuk variabel Fasilitas (X₃) adalah sebesar 0,694 bertanda positif yang artinya semakin tinggi fasilitas akan meningkatkan kepuasan pemakai jasa.

Pembahasan

A. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Pengusaha Pengurus Jasa Kepabeanan (PPJK).

Hasil pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK, menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Berdasarkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan $< 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa H₁ diterima. Adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kepercayaan konsumen akan berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Riset ini mendukung riset sebelumnya oleh Yayan Hendayana, 2021. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai JNE Express Pondok Gede. Menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berdampak dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pemakai JNE Express Pondok Gede. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil riset, dalam pemaparan teori dan riset terdahulu bahwa riset ini sejalan yaitu pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pemakai jasa berdampak dan signifikan secara parsial. Artinya kepercayaan dapat meningkatkan kepuasan pemakai jasa.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Pengusaha Pengurus Jasa Kepabeanan (PPJK)

Hasil pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK, menunjukkan bahwa kualitas



pelayanan berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Berdasarkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi 0,044 yang menunjukkan $< 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa H2 diterima. Adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Riset ini mendukung riset sebelumnya oleh F Yuniarta, I Barokah, GA Wulandari, 2019, Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pemakai Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Septi Mauludiya hwati (2017), Pengaruh Kepercayaan konsumen, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id). Choirotunnisa (2018) melakukan riset dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Probolinggo Studi Kasus Pada J&T Kota Probolinggo Jln. Panglima Sudirman No. 6c Pertokoan Wiroborang 267, Mayangan, Kota Probolinggo”. Menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan secara simultan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pemakai jasa ekspedisi J&T Express.

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil riset, dalam pemaparan teori dan riset terdahulu bahwa riset ini sejalan yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai jasa berdampak dan signifikan secara parsial. Artinya kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pemakai jasa.

C. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Pengusaha Pengurus Jasa Kepabeanan (PPJK).

Hasil pengujian hipotesis ketiga mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK, menunjukkan bahwa fasilitas berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Berdasarkan hasil pengujian dengan nilai signifikansi 0,679 yang menunjukkan $< 0,05$, maka hal ini membuktikan bahwa H3 diterima. Adanya pengaruh yang signifikan ini mengindikasikan bahwa semakin baik fasilitas akan berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Riset ini mendukung



riset sebelumnya oleh Endang dan Sugiyanto (2019) dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. Menunjukkan bahwa fasilitas berdampak positif terhadap kepuasan pemakai gudang komoditi sistem resi gudang kabupaten Bojonegoro.

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil riset, dalam pemaparan teori dan riset terdahulu bahwa riset ini sejalan yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai jasa berdampak dan signifikan secara parsial. Artinya kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pemakai jasa.

D. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Pengusaha Pengurus Jasa Kepabeanan (PPJK).

Hasil pengujian hipotesis keempat mengenai pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK, menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Berdasarkan hasil pengujian Uji ANOVA atau Uji F nilai F test sebesar 72,070 dan signifikan pada 0,000 yang berarti variabel fasilitas pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan konsumen secara bersamaan mempengaruhi variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas.

Penutup

Kesimpulan

Riset ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pemakai Jasa Pengusaha Pengurus Jasa Kepabeanan (PPJK). Jumlah sampel yang digunakan dalam riset ini berjumlah 100 orang konsumen yang menggunakan jasa PPJK. Berdasarkan riset yang telah dilakukan, maka Kepercayaan konsumen berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan



bahwa kepercayaan konsumen berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Sedangkan Kualitas pelayanan juga berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,044 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK diterima. Dengan demikian dapat Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK.

Selanjutnya Fasilitas juga berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,679 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan fasilitas terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan fasilitas berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Selain itu Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas juga berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK. Hal ini dapat dilihat dari nilai 72,070 dan signifikan pada 0,000 yang berarti variabel fasilitas pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan konsumen secara bersamaan mempengaruhi variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa diantara Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas yang paling berdampak terhadap kepuasan pemakai jasa PPJK yaitu Fasilitas, karena dilihat dari nilai signifikan yang didapat yaitu $0,679 < 0,05$ dari Uji t.

Daftar Pustaka

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (edisi 1). PT.Rajagrafindo Persada.
- Arief, M. (2006). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing.
- Diza, F., Moniharapon, S., & ... (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11568>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P. (2013). *Marketing 3.0*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2017). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1* (M. Alih bahasa: Bob sabran (ed.)). Erlangga.
- Maharani, A. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Minor, M. dan. (2012). *Perilaku Konsumen* (Kelima (te). Erlangga.
- Mukarom, Z. dan M. W. L. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV.Pustaka Setia.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2022). ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA DENGAN *Diponegoro Journal of Management*.



<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/33816>

Tjiptono, F. (2012). *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F. dan G. C. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Yogyakarta.

Wulansari, N., & Meirinawati, M. (2022). KUALITAS PELAYANAN PENGIRIMAN POS KILAT KHUSUS DI PT POS KEBONROJO SURABAYA. *Publika*.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/44952>

Zakiah Daradjat. (2012). *Fasilitas Transportasi Konsumen*. CV Alfabeta.