

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA FORWARDING PADA PT. ANDALAS MEGA UTAMA JAKARTA UTARA

*Anita Yuniar¹, Hanuna Shafariah²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Abstract.

The research was conducted at PT. Andalas Mega Utama in North Jakarta, a company engaged in import-export services that strives to provide customer satisfaction. Therefore, it is crucial for the company to build service quality and customer trust in order to achieve customer satisfaction at PT. Andalas Mega Utama in North Jakarta. The aim of this research is to determine the influence of service quality and trust on customer satisfaction in freight forwarding services at PT. Andalas Mega Utama in North Jakarta, both directly and indirectly. The research sample consists of 30 customers of PT. Andalas Mega Utama in North Jakarta as respondents. The analysis methods used in this research include validity test, reliability test, t-test, F-test, multiple linear regression analysis, and determination coefficient. The data collection method employed is a questionnaire. The results of the research indicate that service quality and trust have a significant simultaneous influence on customer satisfaction, with a value of $0.000 < 0.05$. the calculated F-value of 76.489 is greater than the tabled F-value of 3.35, indicating a significant effect. Furthermore, service quality and trust also have a positive and significant simultaneous influence on customer satisfaction, accounting for 85% of the variance, while the remaining 15% is influenced by other factors not analyzed in this research.

Keywords: Service quality, Trust, Customer satisfaction

Cronicle of Article: Received (18,08,2023); Revised (23,08,2023); and Published (28,08,2023).

©2023 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author (contoh): Anita Yuniar adalah Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author* : anitayuniar460@gmail.com

How to cite this article : Yuniar, Anita., Shafariah, Hanuna (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan jasa Forwarding Pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara', *Adbispreneur*, 3 (4), pp. 463-478 Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Persaingan usaha di era globalisasi saat ini semakin pesat. Dan luasnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan, baik pada bidang jasa, perdagangan maupun industri. Pelayanan memiliki peranan penting dalam membuat suatu perusahaan menjadi lebih kreatif sehingga dapat memberikan produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan untuk mempertahankan

kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Indonesia sebagai negara dengan perdagangan yang tinggi sangat membutuhkan perusahaan jasa angkutan yang benar-benar dapat menunjang kegiatan ekspor-impor. Ekspor dan impor merupakan kegiatan yang mendukung pelaksanaan perdagangan antar negara. Pengertian ekspor itu sendiri adalah proses pengiriman barang dari satu negara ke negara lain. Kebalikan dari tindakan ekspor adalah impor. Impor adalah proses penerimaan kiriman barang dari negara lain, biasanya dalam proses bisnis. Bisnis *Freight Forwarding* adalah salah satu perusahaan yang menawarkan jasa ekspor dan impor barang.

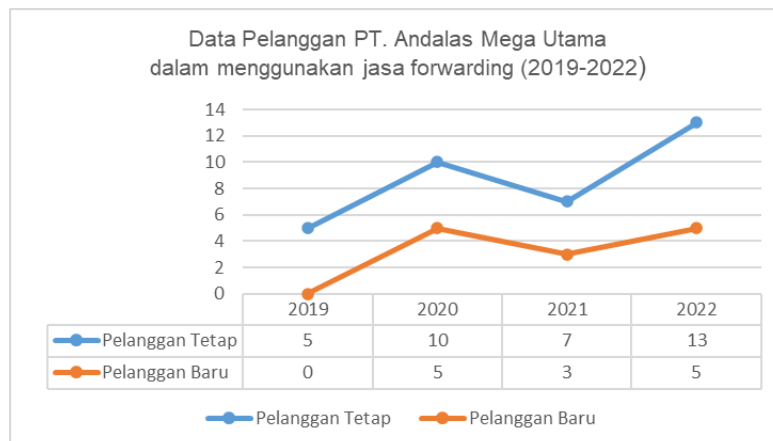
Dalam hal ini, *Freight Forwarder* sangat berperan dalam aktivitas ekspor-impor yaitu sebagai alat atau perantara dalam pengiriman barang ekspor ke luar negeri. PM 130 Tahun 2016 Dalam perubahan keempat atas Peraturan Menteri Perhubungan No. PM 74 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Penyelenggaraan Jasa Pengatur Lalu Lintas, yang dimaksud dengan jasa *freight forwarding* adalah sebagai berikut:

“Perusahaan yang tujuannya untuk mewakili kepentingan pemilik barang dan mengurus semua pengangkutan darat, laut dan udara untuk pengiriman dan penerimaan barang, termasuk penerimaan, penyimpanan, penyortiran, pengepakan, penandaan, pengukuran dan penimbangan, pengurusan barang. kelengkapan dokumen, penerbitan dokumen pengapalan, klaim asuransi, penyerahan barang dan pembayaran tagihan serta biaya-biaya lain yang terkait dengan penyerahan barang tersebut sampai dengan yang berhak menerima barang telah menerima barang tersebut.”

PT. Andalas Mega Utama, merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan beberapa pelayanan jasa untuk memperlancar perdagangan internasional. Salah satu pelayanan jasanya adalah Internasional *Freight Forwarding*, segmentasi *Freight Forwarding* PT Andalas Mega Utama mulai melayani dari *Door to Door*, sampai Pengurusan Jasa Kepabeanan. Jasa *Freight Forwarding* di PT Andalas Mega Utama meliputi pengumpulan muatan di suatu gudang tertentu, memantau pergerakan peti kemas selama dalam perjalanan di kapal, dan menyampaikan pemberitahuan kedatangan kapal kepada pemilik barang.

Karena semakin berkembangnya bisnis ekspor dan impor negara, tentunya juga mempengaruhi perkembangan bisnis *freight forwarding*. Saat ini banyak bermunculan perusahaan *freight forwarding* baru dan memberi orang banyak kemungkinan solusi perusahaan mana yang menawarkan layanan yang lebih baik dan lebih memuaskan. Hal ini mengharuskan PT. Andalas Mega Utama bertahan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. kepuasan dan keluhan. Sangat penting bagi pelanggan untuk memperhatikan hal ini karena memiliki dampak tentang perusahaan atau pendapatan perusahaan.

Berikut ini data pelanggan tetap dan pelanggan baru pada PT. Andalas Mega Utama yang menunjukkan peningkatan dan penurunan berdasarkan penggunaan jasa forwarding dari tahun 2019-2022.



Sumber : *Marketing PT. Andalas Mega Utama*
Data Pelanggan Tetap dan Pelanggan Baru PT. Andalas Mega Utama Tahun 2019-2022

Gambar tersebut diatas menunjukkan dari tahun 2019 dan 2020 jumlah pelanggan PT. Andalas Mega Utama mengalami peningkatan. Pada tahun 2021, keduanya mengalami penurunan. Dan pada tahun 2022 keduanya pun mengalami kenaikan pelanggan dengan jumlah 13 untuk pelanggan tetap dan 5 untuk pelanggan baru dalam menggunakan jasa forwarding pada PT. Andalas Mega Utama. Namun ternyata, dibalik peningkatan jumlah pelanggan masih terdapat keluhan-keluhan dari pelanggan. Dalam data keluhan Importir *Freigh Forwarding* PT Andalas Mega Utama, ada beberapa keluhan seperti :

Data Keluhan Pelanggan pada PT Andalas Mega Utama

No.	Nama Perusahaan	2020			2021			2022			REASON
		ETD	ETA	REPORT	ETD	ETA	REPORT	ETD	ETA	REPORT	
1	PT. CITRA KARSA DINAMIKA	15-Apr-20	05-May-20	30-Apr-20	-	-	-	20-Aug	10-Sep-22	02-Sep-22	Pengiriman Dokumen yang terlambat
2	PT. COMARINDO PRATAMA	-	-	-	05-Aug	10-Sep-21	29-Aug-21	-	-	-	Keterlambatan Kapal
3	PT. DIHEN BERSAMA	23-Mar-20	19-Jun	15-Jun-20	12-Oct-21	01-Nov-21	29-Oct-21	-	-	-	Keterlambatan Kapal
4	PT. DUA PUTRA PERKASA PRATAMA	-	-	-	-	-	-	13-Mar-22	26-Mar-22	30-Mar-22	Pengiriman Dokumen yang terlambat
5	PT. GATRA KILANG PERSADA	30-Sep-20	14-Nov-20	05-Nov-22	-	-	-	-	-	-	Keterlambatan Kapal
6	PT. GLOBAL PRIMA SAKTI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	PT. INDOGUNA UTAMA	22-Aug-20	30-Sep-20	15-Sep-22	04-Apr-21	11-May-21	09-May-21	13-Feb-22	29-Mar-22	01-Mar-22	Keterlambatan Kapal
8	PT. KALDU SARI NABATI	06-Apr-20	01-Jun-20	07-May-20	13-Jan-21	16-Feb-21	31-Jan-21	03-Jun	22-Jul-22	16-Jun-22	Proses custom di pelabuhan terhambat
9	PT. KAMADAJAJA LOGISTIC	27-May-20	29-Jun-20	01-Jun-20	-	-	-	10-Nov-22	15-Dec-22	25-Nov-22	Keterlambatan Kapal
10	PT. KENBELLE TEKNIK UTAMA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11	PT. KOHLER MANUFACTURING INDONESIA	08-Feb-20	16-Mar-20	03-Mar-20	-	-	-	11-May-22	22-May-22	30-May-22	pengiriman ke lokasi tidak tepat waktu
12	PT. LAGAWICO (CTS Netherlands BV. Ref. Office Indo)	-	-	-	04-Feb-21	29-Apr-21	15-Mar-21	19-Jun-22	21-Jul-22	14-Jul-22	pengiriman ke lokasi tidak tepat waktu
13	PT. LION SUPERINDO	14-May-20	14-Jun-20	20-Jun	-	-	-	24-Feb-22	05-Apr-22	20-Mar-22	Keterlambatan Kapal
14	PT. MAGLEV METAL INDUSTRIINDO	-	-	-	-	-	-	22-Aug-22	12-Oct-22	19-Aug-22	Keterlambatan Kapal
15	PT. MAKASSAR KULINA UTAMA	04-Nov-20	17-Nov-20	04-Dec-20	03-Sep-21	03-Oct	10-Oct-21	16-Jan-22	18-Feb-22	01-Mar-22	Keterlambatan Kapal
16	PT. MEINDO ELANG INDAH	-	-	-	05-Jan-21	08-Feb-21	29-Mar-21	-	-	-	Keterlambatan Kapal
17	PT. MULIA BOGA RAYA	19-Feb-20	07-May-20	28-Apr-20	-	-	-	06-Jan-22	30-Jan-22	04-Feb-22	pengiriman ke lokasi tidak tepat waktu
18	PT. NESTLÉ INDOFOOD CITARASA INDONESIA	18-Feb-20	19-Mar-20	01-Jun-20	-	-	-	-	-	-	Keterlambatan Kapal
19	PT. PENDAWA CIPTA SAKTI	-	-	-	-	-	-	07-Mar-22	19-Jun-22	31-Jul	Waiting document to forwarder ciel
20	PT. PERTAMINA TBBM LOMANIS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21	PT. BANDUNG KULINA UTAMA	-	-	-	-	-	-	05-Aug-22	20-Oct-22	04-Sep-22	pengiriman ke lokasi tidak tepat waktu
22	PT. SAIKI INDAH CEMERLANG	-	-	-	-	-	-	30-Sep-22	12-Oct-22	19-Oct-22	Keterlambatan Kapal
23	PT. SEPULUH SUMBER ANUGERAH	04-Nov-20	17-Nov-20	23-Nov-20	-	-	-	28-Jul-22	30-Aug-22	08-Aug-22	Keterlambatan Kapal
24	PT. SEWU SEGAR NUSANTARA	22-Jan-20	18-Feb-20	10-Feb-20	09-Mar-21	20-Apr-21	23-Apr-21	-	-	-	pengiriman ke lokasi tidak tepat waktu
25	PT. SOLUSINDO UTAMA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
26	PT. SUKANDA DJAJA	08-Jun-20	15-Jul-20	30-Jun-20	21-Feb-21	21-Mar-21	24-May-21	-	-	-	Congestion di port
27	PT. TESS SERVICE INDONESIA	30-Jul-20	20-Aug-20	25-Aug-20	-	-	-	31-Mar-22	11-Apr-22	15-Apr-22	pengiriman ke lokasi tidak tepat waktu
28	PT. TUPPERWARE INDONESIA	30-Jul-20	20-Aug-20	10-Aug-20	-	-	-	28-Oct	27-Nov-22	30-Nov-22	pengiriman dan keterlambatan kapal
29	PT. UNILEVER INDONESIA	-	-	-	-	-	-	03-May-22	10-Jun-22	31-May-22	Keterlambatan Kapal
30	PT. YASULOR INDONESIA	-	-	-	24-Jan-21	18-Mar-21	10-Mar-21	17-Apr-22	17-May-22	13-May-22	Keterlambatan Kapal

Sumber : *Operasional PT. Andalas Mega Utama*

Namun demikian, perusahaan dibidang Jasa *Freight Forwarding* semakin maju dan berani bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Pada sisi lain PT Andalas Mega Utama dituntut untuk mempertahankan dan mengembangkan Kepercayaan Pelanggan. Peningkatan dan pengembangan Kepercayaan Pelanggan ditempuh dengan peningkatan beberapa faktor diantaranya Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan.

Penilaian Kualitas Pelayanan tersebut didasarkan atas lima dimensi Kualitas Pelayanan yaitu *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati), dan *Tangibles* (Berwujud). Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha yang diteliti dan kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Kondisi ini menjelaskan kepada perusahaan, khususnya di sektor jasa, bahwa Kualitas Pelayanan merupakan syarat bagi keberhasilan perusahaan baik di tingkat operasional maupun strategis. Saat ini banyak perusahaan (termasuk perusahaan jasa) menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Situasi ini terjadi tidak hanya di sektor swasta, tetapi juga di perusahaan atau otoritas publik. Saat ini semakin dipahami bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting untuk bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Persaingan Kualitas Pelayanan yang sangat sengit akan berdampak pada Kepercayaan Pelanggan, maka itu dibutuhkannya pemasaran agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat.

Penilaian kepercayaan tersebut didasarkan atas indikator *Trusting Belief* yang memiliki tiga elemen yaitu *Benevolence* (Kebajikan), *Integrity* (Integritas), dan *Competence* (Kompetensi), untuk indikator selanjutnya adalah *Trusting Intention* (Willingness to Depend) Kesiediaan konsumen untuk bergantung kepada perusahaan berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

Dalam meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan dengan menumbuhkan Kepercayaan dan meningkatkan Kualitas Pelayanan atas produk atau jasa dengan cara menghasilkan produk-produk yang lebih bagus dan berinovasi dari sebelumnya. Karena seorang pelanggan yang puas akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan dan bisa menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan konsumen baru.

Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka ruang lingkup penelitian ini hanya membahas Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT Andalas Mega Utama Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT Andalas Mega Utama Jakarta Utara.
3. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

LITERATUR REVIUW

Analisis

Administrasi Bisnis

a. Pengertian Administrasi Bisnis

Menurut (Poerwanto 2006 : 5) bahwa, "Administrasi bisnis adalah keseluruhan kerjasama dalam memproduksi barang atau kerjasama dalam memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan hingga pada penyampaian barang atau jasa tersebut kepada pelanggan dengan memperoleh dan memberikan keuntungan secara seimbang, bertanggung jawab, dan berkelanjutan."

b. Bisnis Internasional

Menurut (Sudiantini, 2022) Bisnis Internasional adalah aktivitas bisnis yang melibatkan antara dua negara atau lebih, baik milik pemerintah maupun swasta.

Sedangkan menurut (Rezeki, 2022) Bisnis Internasional adalah situasi di mana perusahaan dapat terlibat dalam transaksi bisnis dengan negara lain, perusahaan lain atau publik di luar negeri.

Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Seperti menurut (James A.F.,1982) menjelaskan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang ditetapkan.

Menurut David (Khasanah, 2023) Manajemen dapat dipahami sebagai kegiatan kepemimpinan, yang dibagi menjadi lima fungsi utama, yaitu perencanaan, pengendalian, pengorganisasian, motivasi dan menempatkan staf individu dalam setiap tugas atau situasi terkait.

b. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012) Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan memperoleh, mempertahankan, dan memperluas pelanggan melalui penciptaan, pengiriman, dan komunikasi nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Daryanto (Khasanah, 2023) Manajemen Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan berbagi nilai satu sama lain.

Bauran Pemasaran

a. Pengertian Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong, (2013: 92) bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang baik dengan meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

b. Unsur Bauran Pemasaran

Menurut Mc Carthy dalam Ginting, Nembah (2011), terdapat 4 unsur atau variabel bauran pemasaran dengan memiliki inisial P dalam Bahasa Inggris sebagai berikut :

1. **Product (Produk)**, Kombinasi barang atau jasa yang ditawarkan dipasar. Konsumen menerima produk berupa barang fisik , jasa pengiriman dan pemasangan.
2. **Price (Harga)**, Adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk menerima produk. **Place (Tempat)**, Ini mencakup semua kegiatan perusahaan untuk membuat produknya tersedia bagi pelanggan yang dituju.
3. **Promotion (Promosi)**, Menggambarkan semua kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan mendorong kepuasan pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa.

Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono,2014) "Kualitas pelayanan jasa atau pelayanan adalah suatu hal yang berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari para pelanggan."

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono,2014) dalam kualitas pelayanan ini terdapat lima indikator kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. *Reliability* (Reliabilitas), Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap), Keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. *Assurance* (Jaminan), Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
4. *Empaty* (Empati), Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. *Tangible* (Bukti Fisik), Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Jasfar (Erlina, 2016) menyatakan kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan organisasi mempercayai orang lain untuk mengatur dan menggunakan sumber daya secara efektif untuk menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan.

b. Indikator Kepercayaan

Yee dan Faziharudean (2010) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri atas 3 (tiga) komponen yaitu:

1. *Integritas (Integrity)*, Merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip – prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.
2. *Kebajikan (Benevolence)*, Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.
3. *Kompetensi (Competence)*, Merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan.

Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (Khasanah, 2023) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari membandingkan pengamatan atau kesan dengan kinerja dan harapan produk. Setelah mengkonsumsi produk, konsumen merasakan puas atau kecewa.

Tjiptono dan Chandra (Erlina, 2016) Kepuasan adalah perasaan baik yang didapatkan ketika telah mencapai sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan kebutuhan atau keinginan terpenuhi.

b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Berikut Indikator kepuasan pelanggan menurut Majid (2015:169), sebagai berikut :

1. Tepat waktu, Ketepatan waktu perusahaan dalam memberikan pelayanan.
2. Aksesibilitas, Kemudahan, kecepatan dan ketepatan perusahaan dalam melayani pelanggan. Pelayanan, Keramahan dan ketanggapan para karyawan serta kenyamanan pada pelanggan.
3. Harga, Tarif atau harga yang diberikan oleh perusahaan sesuai dan terjangkau untuk pelanggan.

Kerangka Teori

Berdasarkan tinjauan teori penelitian terdahulu serta permasalahan yang telah dikemukakan, sebagai dasar untuk menemukan hipotesis. Berikut ini digambarkan model kerangka teori pengaruh antar variabel penelitian dan hasil penelitian terdahulu.

Penelitian ini hendak mencari variabel *Independent* (bebas) dengan variabel *Dependent* (terikat), dimana yang menjadi variabel *Independent* (bebas) adalah Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), dan yang menjadi variabel *Dependent* (terikat) adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Hipotesis

Berdasarkan kerangka teori diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

Hipotesis 1. Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Forwarding Pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Hipotesis 2. Diduga terdapat pengaruh antara Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Forwarding Pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Hipotesis 3. Diduga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Forwarding Pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis pendekatan yang dilakukan oleh penulis adalah pendekatan kuantitatif.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian Analisis Deskriptif, dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai masalah yang ada. Pada analisis deskriptif data biasanya ditampilkan dalam bentuk tabel biasa atau tabel frekuensi, grafik, diagram batang, diagram garis, diagram lingkaran, ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data dan sebagainya (Sugiyono, 2010).

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survey. Metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative*, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologi (Sugiyono, 2017 : 6).

Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah dengan membagikan kuesioner kepada responden. Dalam hal ini yang diamati penulis adalah Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:193) sumber data yang mengumpulkan langsung kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diambil langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, metode survei, maupun hasil observasi objek. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pertanyaan yang diberikan responden adalah sebagai jawaban berskala dan mempunyai gradasi (Skala *Likert*) yang sifatnya sangat positif sampai dengan negatif. Pertanyaan yang berskala tersebut untuk kepentingan analisis secara kuantitatif dengan diberi skor. Penghasilan skor atas jawaban responden diklasifikasikan ke dalam skala *likert* dengan 5 kategori jawaban yang telah ditentukan berdasarkan bobot atau tingkat dukungan yaitu sebagai berikut :

Skala Pengukuran *Likert*

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017:193). Artinya data penelitian diperoleh melalui media perantara atau tidak langsung seperti buku catatan, bukti-bukti yang ada, arsip atau bacaan yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari data yang sudah ada di PT. Andalas Mega Utama, seperti berikut :

1. Data pelanggan PT. Andalas Mega Utama
2. Data Rekapitulasi Keluhan PT. Andalas Mega Utama
3. Company Profile PT. Andalas Mega Utama.

Selain itu peneliti juga mengumpulkan data dengan pergi ke perpustakaan, membaca banyak buku, jurnal, dan skripsi peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda (2018:95) dengan menggunakan analisis statistik untuk mengetahui antara variabel *independent* dan variabel *dependent* apakah menghasilkan pengaruh yang positif atau negative antar variabel. Penggunaan analisis regresi linier berganda dikarenakan pada penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel *independent* (bebas) yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Uraian nilai instrumen berdasarkan jawaban yang diolah menggunakan SPSS versi 26 dengan kategori skala : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Berikut data variabel penelitian dibawah ini :

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Berikut ini pembahasan dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada para responden yang disajikan pada tabel dibawah ini :

Rekapitulasi Kualitas Pelayanan (X1)

No	Indikator	Nilai	Kategori
1	PT. Andalas Mega Utama memiliki komitmen dalam melayani pelanggan.	4.13	Baik
2	Jasa yang diberikan PT. Andalas Mega Utama sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan	4.40	Sangat Baik
3	Karyawan PT. Andalas Mega Utama melayani pelanggannya dengan tepat.	4.43	Sangat Baik
4	PT. Andalas Mega Utama sigap dalam memberikan solusi pada pelanggan apabila ada permasalahan dalam menggunakan jasa	4.23	Sangat Baik
5	PT. Andalas Mega Utama memberikan rasa aman ketika saya menggunakan jasa forwarding	4.20	Baik
6	PT. Andalas Mega Utama memberikan jaminan barang terkirim dan garansi pengiriman kepada pelanggannya.	4.17	Baik
7	Karyawan PT. Andalas Mega Utama sudah memahami akan kebutuhan pelanggannya	4.37	Sangat Baik
8	Karyawan PT. Andalas Mega Utama sudah memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya	4.40	Sangat Baik
9	Peralatan yang digunakan PT. Andalas Mega Utama termasuk canggih.	4.23	Sangat Baik
10	Karyawan PT Andalas Mega Utama berpenampilan rapih dan sopan.	4.53	Sangat Baik
	Total Nilai	43.09	
Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui rata-rata nilai dari tanggapan para responden variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 43,09 dan 4,3 berkategori sangat baik yang didapat dari jumlah total pernyataan = 43,09 : 10			

2. Kepercayaan (X2)

Untuk melihat keadaan mengenai pengaruh pada variabel Kepercayaan (X2), berikut ini hasil pembahasan dari kuesioner yang disebar kepada responden :

Rekapitulasi Kepercayaan (X2)

No	Indikator	Nilai	Kategori
----	-----------	-------	----------

1	PT. Andalas Mega Utama memiliki reputasi yang baik.	4.33	Sangat Baik
2	PT. Andalas Mega Utama memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan.	4.27	Sangat Baik
3	PT. Andalas Mega Utama selalu memberikan yang terbaik bagi pelanggannya.	4.37	Sangat Baik
4	PT. Andalas Mega Utama memberikan kualitas jasa semaksimal mungkin demi kepuasan pelanggan.	4.33	Sangat Baik
5	PT. Andalas Mega Utama adalah perusahaan forwarding yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.	4.20	Baik
6	Kualitas jasa PT. Andalas Mega Utama sangat baik dibanding dengan forwarder lainnya.	4.20	Baik
Total Nilai		25.7	
Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui rata-rata nilai dari tanggapan para responden variabel Kepercayaan (X ₂) sebesar 25,7 dan 4,28 berkategori baik yang didapat dari jumlah total pernyataan = 25,7 : 6			

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner, berikut ini tanggapan responden terkait dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) :

Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Indikator	Nilai	Kategori
1	Pengiriman barang yang telah dijanjikan sudah sesuai dan tepat waktu.	4,23	Sangat Baik
2	Jadwal pelayanan yang diberikan sudah sesuai.	4,17	Baik
3	Proses dalam menggunakan jasa forwarding PT. Andalas Mega Utama sangatlah mudah.	4,20	Baik
4	Pelayanan yang diberikan PT. Andalas Mega Utama sudah tepat dan akurat.	4,33	Sangat Baik
5	Karyawan PT. Andalas Mega Utama cepat dan tanggap terhadap apa yang dibutuhkan pelanggan.	4,30	Sangat Baik
6	Karyawan PT. Andalas Mega Utama ramah dalam memberikan pelayanan.	4,30	Sangat Baik
7	Harga yang diberikan oleh PT. Andalas Mega Utama sudah terjangkau.	4,27	Sangat Baik
8	Tarif yang ditawarkan oleh PT. Andalas Mega Utama sesuai dengan layanan yang diberikan.	4,47	Sangat Baik
Total Nilai		34,27	
Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui rata-rata nilai dari tanggapan para responden variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 34,27 dan 4,28 berkategori sangat baik yang didapat dari jumlah total pernyataan = 34,27 : 8			

Uji Validitas

“Dengan membandingkan nilai *r hitung* dan *r kritis* (*r kritis* = 0.30). kriteria jika *r hitung* lebih besar (>) dari nilai *r kritis*, item instrument dinyatakan valid” (Sugiyono, 2017:134). Dengan tingkat signifikansi 0,05, dari $df = n-2 = 30-2 = 28$ atau 0,361 sebagai berikut :

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,686	0,361	Valid
X1.2	0,711	0,361	Valid
X1.3	0,629	0,361	Valid
X1.4	0,676	0,361	Valid
X1.5	0,800	0,361	Valid
X1.6	0,625	0,361	Valid
X1.7	0,712	0,361	Valid
X1.8	0,835	0,361	Valid
X1.9	0,622	0,361	Valid
X1.10	0,764	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS v.26

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai r hitung > dari nilai r tabel 0,361 untuk 10 butir pernyataan. Artinya bahwa semua indikator pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) diatas tersebut valid.

Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,910	0,361	Valid
X2.2	0,848	0,361	Valid
X2.3	0,836	0,361	Valid
X2.4	0,860	0,361	Valid
X2.5	0,671	0,361	Valid
X2.6	0,891	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS v.26

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dapat diperoleh bahwa nilai r hitung lebih besar daripada r tabel untuk 6 butir pernyataan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pernyataan pada variabel Kepercayaan (X2) dinyatakan valid. **Hasil Uji Validitas Kepuasan**

Pelanggan (Y)

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y.1	0,841	0,361	Valid
Y.2	0,474	0,361	Valid
Y.3	0,732	0,361	Valid
Y.4	0,674	0,361	Valid
Y.5	0,687	0,361	Valid
Y.6	0,810	0,361	Valid
Y.7	0,775	0,361	Valid
Y.8	0,683	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS v.26

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diperoleh bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel untuk 8 butir pernyataan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT. Andalas Mega Utama dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.971	2.693		1.103	.280
	Kualitas Pelayanan	.402	.104	.481	3.872	.001
	Kepercayaan	.543	.138	.490	3.942	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS v.26

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dari data tabel diatas, persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 Kp + \beta_2 K + \epsilon$$

$$Y = 2.971 + 0,402 X_1 + 0,543 X_2 + \epsilon$$

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 2.971 yang artinya apabila variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan) sama dengan Nol (0), maka nilai dependen variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 2.971
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,402 dengan menunjukkan nilai positif terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Artinya pada setiap kenaikan satu satuan Kualitas Pelayanan, maka tingkat Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,402.
3. Variabel Kepercayaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,543 dengan menunjukkan nilai positif terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Artinya pada setiap kenaikan satu satuan Kepercayaan, maka tingkat Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,543.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur keeratn suatu hubungan secara linear antara dua variabel yang mempunyai distribusi data normal.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 ^a	.764	.755	1.559

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : SPSS v.26

Berdasarkan tabel dari hasil uji koefisien determinasi terdapat nilai Adjusted R square sebesar 0,755 atau 75,5%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan peran serta sebesar 75,5% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.767	.758	1.549

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan
Sumber : SPSS v.26

Berdasarkan tabel dari hasil uji koefisien determinasi terdapat nilai Adjusted R square sebesar 0,758 atau 75,8%. Dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memberikan peran serta sebesar 75,8% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 ^a	.850	.839	1.265

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan
Sumber : SPSS v.26

Berdasarkan tabel dari hasil uji koefisien determinasi terdapat nilai Adjusted R square sebesar 0,839 atau 83,9%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama (simultan) memberikan peran serta sebesar 83,9% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara, dan sisanya 16,1% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji regresi linear berganda diketahui koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,402 atau 40,2% positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan setiap peningkatan satu variabel Kualitas Pelayanan bisa meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan asumsi nilai variabel lainnya utuh.

2. Berdasarkan hasil uji t Kualitas Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar $9.511 > 2.052$ dengan nilai signifikansi yang sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT. Andalas Mega Utama. Dan berdasarkan hasil uji dari koefisien determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki perolehan nilai dari Adjusted R square sebesar 0,758 atau 75,8%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan peran serta sebesar 75,5% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara. Maka, hasil dari penelitian ini menunjukkan Kualitas Pelayanan mempengaruhi pelanggan untuk rasa puas atau tidaknya pelanggan. Kualitas Pelayanan yang semakin meningkat dan lebih baik dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan meningkatkan ketanggapan yang lebih cepat dan serius terhadap keluhan-keluhan pelanggan.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji regresi linear berganda diketahui koefisien regresi pada variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,543 atau 54,3% positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan setiap peningkatan satu variabel Kepercayaan bisa meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan asumsi nilai variabel lainnya utuh.

Berdasarkan hasil uji t Kepercayaan memiliki nilai t hitung sebesar $9.592 > 2.052$ dengan nilai signifikansi yang sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding pada PT. Andalas Mega Utama. Dan berdasarkan hasil uji dari koefisien determinasi Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki perolehan nilai dari Adjusted R square sebesar 0,758 atau 75,8%. Dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memberikan peran serta sebesar 75,8% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.

Maka, hasil dari penelitian ini menunjukkan Kepercayaan mempengaruhi Kepuasan pelanggan untuk rasa puas atau tidaknya pelanggan. Jika semakin tinggi tingkat kepercayaan maka tingkat Kepuasan Pelanggannya juga akan lebih tinggi pada PT. Andalas Mega Utama.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Andar Sri Sumantri dan Radix Nugrahanto (2018) di PT. Panah Persana Logisindo Semarang dengan Loyalitas Eksporir yang sebagai sample penelitian dengan menyimpulkan semakin tinggi pengaruh Kepercayaan Fasilitas dan Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi juga tingkat Kepuasan Pelanggan pada PT. Panah Perdana Logisindo Semarang.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji F, diketahui nilai F hitungnya sebesar $76,489 > F$ tabel 3,34 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya hipotesis ketiga pada Bab ke 2 diterima. Dengan kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Freight Forwarding* pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara secara bersama-sama atau simultan.

Adjusted R square sebesar 0,839 atau 83,9%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama (simultan) memberikan peran serta sebesar 83,9% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara, dan sisanya 16,1% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini

SIMPULAN DAN SARAN

Berikut ini kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan diatas :

1. Dari hasil uji koefisien determinasi bahwa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Forwarding* pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara adalah sebesar 75,5%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan peran serta sebesar 75,5%. dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Jasa *Forwarding* pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara
2. Dari hasil uji koefisien determinasi bahwa besar Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Forwarding* pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara adalah sebesar 75,8% Dapat disimpulkan Kepercayaan memberikan peran serta sebesar 75,8% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Jasa *Forwarding* pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara.
3. Dari hasil uji koefisien determinasi bahwa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa *Forwarding* pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara sebesar 83,9%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama (simultan) memberikan peran serta sebesar 83,9% dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara, dan sisanya 16,1% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Saran

Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial maupun simultan. Dengan ini peneliti ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif yang memiliki respon paling sedikit dari nilai rata-rata untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) yaitu komitmen dalam melayani pelanggan dan memberikan

jaminan barang terkirim dan garansi pengiriman pada pelanggan dengan nilai sebesar 4.13 dan 4.17, untuk itu pimpinan atau manajemen PT. Andalas Mega Utama dapat meningkatkan pelayanannya dengan memberikan konsultasi gratis 24 jam bagi pelanggan yang ingin menggunakan jasa pada PT. Andalas Mega Utama serta dapat memberikan rasa aman dalam pengiriman dengan memberikan jaminan berupa kompensasi yang ditentukan dan garansi apabila terjadi keterlambatan, ataupun kerusakan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

2. Dari hasil analisis deskriptif sebelumnya yang memiliki respon paling sedikit dari nilai rata-rata untuk variabel Kepercayaan (X2) yaitu Keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan perbandingan kualitas jasa dengan forwarder lainnya dengan nilai 4.20. Untuk itu pimpinan atau manajemen PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara dapat lebih meningkatkan kepercayaan dari pelanggan dan berkompetisi dengan perusahaan forwarder lainnya. Seperti menyediakan sistem tracking otomatis untuk melihat status pengiriman melalui *email/platform* pelanggan lainnya, dan menjaga keutuhan barang pada saat pengiriman dilakukan dengan penanganan yang sangat hati-hati dalam penyusunan maupun posisi meletakkan barang, apabila keutuhan barang sudah memenuhi keamanan pengiriman barang, perusahaan akan mendapatkan rasa kepercayaannya karena barang telah sampai dengan aman dan diterima dalam keadaan baik.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan respon paling sedikit dari nilai rata-rata adalah jadwal pelayanan yang diberikan dengan nilai 4.17. Sebaiknya PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara lebih meningkatkan jadwal pelayanan dengan memberikan ketepatan waktu pengiriman, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu untuk waktu pengiriman, dengan menambahkan moda transportasi darat yang memadai dapat membantu perusahaan untuk proses pengiriman yang lebih tepat waktu dari jadwal yang di estimasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S., & MM, 2021. *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. : Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Arikunto, S. 2017. *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assauri, S. 2013. *Strategic Marketing/ Sofjan Assauri* (Edisi 1). Rajawali
- Buchari, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: alfabeta.
- Dewi, I. C. 2011. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Jakarta: PT Prestasi Pustaka Raya.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* : Deepublish.
- Hardiyono, C., Roni Herison, finatry Latiep, I., Hasniati,. & Putri, A. R. F. 2023. *Pengantar Bisnis Internasional*. : Nas Media Pustaka.
- Kamaluddin, I. H. A., & Patta Rapanna, S. E. (2017). *Administrasi Bisnis* (Vol. 1). Sah Media.
- Kotler dan Keller. 2013. *Principles Of Marketing*. Prentice Hall, New Jersey
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*, Jakarta: Salemba Empat.
- Majid, Suharto Abdul. 2015. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Oesman, Yevis. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix CRM Customer Value dan Customer Dependency (Kasus pada Pemasaran Shopping Center)*. Pekanbaru: Alfabeta, IKAPI.

- Puspaningrum, A. 2017. *Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Kajian Perilaku Pelanggan Hypermarket)*. Malang: Media Nusa Creative.
- Putri, R., Rosmalia, D., Sihombing, P. R., Siregar, S., Suardika, I. K., Warsitasari, W. D., Akbar, H., Epid, M., Rismayani, & Zahari, M. 2022. *Metodologi Penelitian Sosial*. : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rahman, M. 2017. *Ilmu administrasi* (Vol. 1). Sah Media.
- Rezeki Fitri, Rosdiana, S. Pontoan. A. K, Bili B. Cornelia, A, Sudirman, A. Mahanani, E. Prihadi, D. Irmal. Suryani. Dewi Sari, M. Satmoko Djati, N. Wardhana, A. 2022. Book Chapter " *Bisnis Internasional*". CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. 2020. *Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall. Com*: Penerbit Lakeisha.
- Sinaga, Dameria. 2014. *Buku Ajar Statistik Dasar*. Jakarta: UKI Press Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudianti, D. 2022. *Diktat Bahan Ajar Bisnis Internasional*. Pena Persada Redaksi. Purwokerto.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Artikel Jurnal

- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express*. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 82-91.
- Khasanah, M., & Akbar, M. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Eksportir Jasa Freight Forwarding pada PT. Oriental Logistik Indonesia*. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 170-177.
- Priambodo, Y., Vikaliana, R., & Purnaya, I. N. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Jasa Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Semoga Sukses Logistik*. *Ikra-lth Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 57-66.
- Sari, E. D. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Freight Forwarding terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Eksportir PT ANDALAN PACIFIC SAMUDRA SEMARANG*. *Admisi dan Bisnis*, 17(1), 55-66.
- Subhashini, S., & Preetha, S. 2018. *An Empirical analysis of service quality factors pertaining to ocean freight forwarding services*. *Maritime business review*, 3(3), 276-289.
- Sumantri, A. S., & Nugrahanto, R. (2018). *Pengaruh Jasa Pelayanan Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, 18(1), 51-64.

Online

- Laily, Nurul, F. 2022. *Pengertian Penelitian Kuantitatif, Karakteristik dan Jenisnya*. <https://katadata.co.id/iftitah/ekonopedia/6295749c7fdd7/pengertian-penelitian-kuantitatif-karakteristik-dan-jenisnya>. Diakses 09 Februari 2023.
- Mulyono, 2019. *Analisis Uji Asumsi Klasik*. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/> Diakses 30 Maret 2023.
- Riadi, Muchlisin. 2020. *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>. Diakses 14 February 2023
- Pasolong, H. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Publik* (Alfabeta & S. K. Rahayu (eds.)). Penerbit Graha Ilmu.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan jasa Forwarding Pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara

Pasolong, H. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Publik* (Alfabeta & S. K. Rahayu (eds.)). Penerbit Graha Ilmu. Penerapan, Tangerang Selatan: Jelajah Nusa Publica Institute.

Purwito, Ali. 2013 . *Kepabeanaan Indonesia: Konsep, Kebijakan, dan Pustaka*. Rosdakarya.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.

Valentina, Deby. "Analisis Pengawasan Serta Pengaruh Kawasan Berikat Terhadap Arus Kas, Beban Pajak Dan Aktivitas Ekspor Pt. Xyz." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 3.3 (2019).