

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PT LION PARCEL  
MAHKOTA 53 BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Beny  
180910059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PT LION PARCEL  
MAHKOTA 53 BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Beny  
180910059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Beny  
NPM : 180910059  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI RISIKO TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LION PARCEL MAHKOTA 53  
BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 08 Agustus 2022



**Beny**  
180910059

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PT LION PARCEL  
MAHKOTA 53 BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:  
Beny  
180910059**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**06 Agustus 2022**



**Winda Evyanto, S.S., M.MPd.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya jaman, kebutuhan akan pengiriman domestik dan internasional tidak bisa dihindari. Kebutuhan pengiriman barang di seluruh dunia salah satunya di Indonesia, termasuk fasilitas yang diperlukan, bahkan di jaman modern seperti saat ini secara tidak langsung meningkatkan jumlah pengiriman dari suatu lokasi ke lokasi yang lain. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh atau sensus dengan jumlah 104 responden. Alat ukur yang dipakai adalah 5 (lima) poin skala likert. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan penelitian uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan uji pengaruh menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F dengan bantuan aplikasi pendukung atau *software* statistik SPSS ver 25. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi risiko berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan dari t hitung lebih besar dari t tabel  $3,802 > 1,983$  dan perolehan signifikansinya  $< 0,05$  dan  $5,290 > 1,983$  dan perolehan signifikansinya  $< 0,05$  serta kualitas pelayanan, persepsi risiko secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari F hitung lebih besar dari F tabel ( $64,927 > 3,085$ ) dan perolehan signifikansinya  $< 0,05$ .

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; Pengiriman; Persepsi Risiko.

## **ABSTRACT**

*As time goes by, the need for domestic and international shipping is inevitable. The need for shipping goods around the world is one of them in Indonesia, including the necessary facilities, even in modern times like today, it indirectly increases the number of deliveries from one location to another. The purpose of this study is to determine the effect of service quality and perceived risk on customer satisfaction at PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam. The technique used in this study is a saturated sample or census technique with a total of 104 respondents. The measuring instrument used is a 5 (five) Likert scale point. The method of data analysis was carried out using multiple linear regression analysis. The data quality test in this study used a validity test, reliability test, classical assumption test in this study using normality test research, multicollinearity test and heteroscedasticity test and influence test using multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis (R<sup>2</sup>), while hypothesis testing in this study uses the t test and F test with the help of supporting applications or statistical software SPSS ver 25. Based on the results of the study, it shows that service quality, perceived risk has a positive effect on customer satisfaction from t count greater than t table  $3,802 > 1,983$  and the significance gain is  $< 0.05$  and  $5.290 > 1.983$  and the acquisition of significance  $< 0.05$  and the quality of service, the perception of risk together has an influence on customer satisfaction from F count greater than F table ( $64,927 > 3.085$ ) and the acquisition of significance  $< 0.05$ .*

**Keywords:** *Customer Satisfaction; Delivery; Perceived risk; Service Quality.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas limpahan rahmat Tuhan Yang Maha Esa dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari juga bahwa proposal penelitian ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini.

Pada kenyataannya, walaupun telah berusaha dengan kesungguhan hati dan segenap kemampuan, namun masih banyak ditemukan kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan proposal penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap agar proposal penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen dan khususnya bagi praktisi maupun masyarakat. Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian proposal penelitian ini.

Batam, 08 Agustus 2022



Beny

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2. Manfaat Praktis.....	9
1.6.2.1. Bagi Perusahaan.....	9
1.6.2.2. Bagi Kampus.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.2. Persepsi Risiko.....	11
2.1.2.1. Definisi Persepsi Risiko.....	11
2.1.2.2. Indikator Persepsi Risiko.....	12
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	12



2.1.3.1. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2. Penelitian Terdahulu .....	13
2.3. Kerangka Pemikiran .....	17
2.4. Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	19
3.2. Sifat Penelitian .....	19
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian .....	19
3.3.1. Lokasi Penelitian .....	19
3.3.2. Periode Penelitian .....	20
3.4. Populasi dan Sampel .....	20
3.5. Sumber Data .....	21
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	21
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	22
3.8. Metode Analisis Data .....	22
3.8.2. Uji Kualitas Data .....	23
3.8.2.1. Uji Validitas .....	23
3.8.2.2 Uji Realibilitas .....	24
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	24
3.8.3.1 Uji Normalitas .....	24
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	25
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	25
3.8.4 Uji Pengaruh .....	26
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	26
3.8.4.2 Analisis Determinasi .....	26
3.8. Uji Hipotesis .....	26
3.9.1 Uji Parsial ( <i>T-Test</i> ) .....	27
3.9.2 Uji Simultan ( <i>F-Test</i> ) .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	29
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	29
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	30
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	31

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	31
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko (X2).....	33
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	34
4.4 Analisis Data .....	35
4.4.1 Uji Kualitas Data .....	35
4.4.1.1 Uji Validitas .....	35
4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	36
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	38
4.4.2.1 Uji Normalitas Data .....	38
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	40
4.4.3 Uji Pengaruh .....	42
4.4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
4.4.3.2. Analisis Determinasi .....	43
4.5 Uji Hipotesis .....	43
4.5.1. Uji Parsial ( <i>T-Test</i> ) .....	43
4.5.2. Uji Simultan ( <i>F-Test</i> ) .....	44
4.6 Pembahasan .....	45
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam .....	46
4.6.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam .....	46
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam .....	47
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	47
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>48</b>
5.1 Simpulan .....	48
5.2. Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar 4.1 Grafik Histogram .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot of Regresion Standardized Residual .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4.3 Scatterplot .....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 4.3 Rentang Skala .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4.4 Hasil Pernyataan Variabel X1 .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4.5 Hasil Pernyataan Variabel X2 .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4.6 Hasil Pernyataan Variabel Y .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Risiko .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Determinasi .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.15 Hasil Uji T .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.16 Hasil Uji F .....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1 <i>Pearson Product Moment</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>Rumus 3.2 <i>Cronbach Alpha</i> .....</b>	<b>24</b>
<b>Rumus 3.3 Rumus Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>26</b>
<b>Rumus 3.4 Uji T-Test .....</b>	<b>27</b>
<b>Rumus 3.5 Uji F-Test .....</b>	<b>27</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era modern saat ini, segala ekspedisi dan pengiriman menjadi mudah karena terbantu dengan adanya kemudahan transportasi ekspedisi yang canggih. Melalui kemajuan dan perkembangan ini para inovator dan pengusaha ingin memperoleh keuntungan dengan membuka bermacam-macam kesempatan baru untuk berbisnis, salah satunya pun adalah dengan jasa ekspedisi seperti JNE Express, J&T Express, Lion Parcel, TIKI, dan macam-macam. Dengan adanya jasa ekspedisi ini sangat membantu dan memfasilitasi para pembisnis dalam mengantarkan barang-barang yang ingin dikirimkan kepada pelanggannya.

Lion Parcel adalah salah satu unit yang bergerak di sektor pengiriman barang dan logistik yang berkembang pesat di Indonesia. Sebagai jasa ekspedisi terkemuka di Indonesia, Lion Parcel juga menawarkan jasa pengiriman dan permintaan barang yang menarik, terpercaya dan aman hingga sampai ke tangan pelanggan. Melalui jasa ekspedisi ini, pengiriman ke seluruh Indonesia maupun luar negeri menjadi mudah seolah tidak memiliki batasan jarak atau jangkauan dalam segala jenis pengiriman.

Hal yang sangat berpengaruh dalam jasa ekspedisi adalah kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pengiriman barang yang penting dan mendesak, pelayanan terbaik, kualitas pengiriman produk ketempat tujuan, dan keutuhan barang sesampainya di tempat yang dituju juga diperlukan demi kepercayaan dan kepuasan pelanggan kepada jasa ekspedisi yang telah dipercayakan.

Ketika pihak ekspedisi memberikan pelayanan yang terbaik dari kualitas pelayanan, respon yang ramah, risiko pengiriman seminimal mungkin dalam pengiriman itulah yang akan menambah minat pelanggan menggunakan jasa ekspedisi yang dipercayakan untuk mengirim barang dari pelanggan. Dengan meningkatnya permintaan pengiriman di berbagai daerah di Indonesia, membuat peneliti tertarik untuk membahas mengenai jasa ekspedisi ini.

Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, persepsi risiko inilah yang membuat pelanggan akan mempertimbangkan dalam memilih jasa ekspedisi mana yang diinginkan. Apabila pelanggan merasa senang dengan pelayanan jasa yang diterima, maka dalam hal ini akan menambah kemungkinan bagi pelanggan untuk menggunakan jasanya lagi dan berulang kali.

Tetapi seiringnya waktu para pelanggan pun akan bertambah banyak, hal ini memicu persaingan antara para penyedia jasa ekspedisi. Maka dari itu pihak dari masing-masing jasa ekspedisi perlu memikat pelanggan dengan daya tarik mereka tersendiri dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan persepsi risiko yang sekecil mungkin.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Lesmana & Ratnasari, 2019).

Kualitas pelayanan adalah sekelompok ciri khusus produk atau jasa serta kemampuannya didalam mencukupi keinginan yang sudah ditetapkan supaya dapat memenuhi keinginan konsumen, karena sangat penting bagi perusahaan jasa meningkatkan kualitas pelayanannya guna mendorong konsumen agar

membeli jasa dari perusahaan kita dan membuat konsumen tertarik untuk membeli kembali jasa yang ditawarkan (Loanda & Evyanto, Winda 2020).

Tahun	Bulan	Jumlah Pelanggan
2021	Januari	124
2021	Februari	133
2021	Maret	155
2021	April	145
2021	Mei	139
2021	Juni	104
2021	Juli	171
2021	Agustus	124
2021	September	137
2021	Oktober	124
2021	November	130
2021	Desember	158

**Tabel 1.1** Data Pelanggan Bulan Januari-Desember 2021

**Sumber:** PT. Lion Parcel Mahkota 53 Batam.



Pemakai jasa ekspedisi juga perlu mempertimbangkan apa risiko yang mungkin bisa terjadi saat pengiriman barang yang dipesannya mengalami masalah, jika tingkat risiko tinggi dan tidak sesuai dengan ekspektasi pemakai jasa, maka pelanggan akan ragu-ragu untuk membeli jasa tersebut, begitu pula sebaliknya.

Jika penyedia jasa memberikan komitmen keamanan pengantaran barang yang bagus dan risiko pengantaran yang kecil, maka pemakai jasa juga akan menaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap penyedia jasa ekspedisi tersebut. Persepsi risiko adalah sebuah hambatan pada perilaku pembelian seseorang yang diakibatkan karena adanya ekspektasi kerugian yang mungkin akan dialami setelah membeli suatu jasa (Raiyan & Siregar, 2019).

Persepsi risiko menjadi salah satu acuan penting dalam pola pemikiran konsumen dalam memilih perusahaan penyedia jasa. Persepsi risiko yaitu persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa (Rusilawati *et al.*, 2022).

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam, peneliti menyimpulkan bahwa faktor yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan salah satu elemen penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam proses pengiriman barang akan dijumpai risiko-risiko yang mungkin terjadi yaitu barang hilang, rusak, tertukar dan terlambat. Risiko tersebut dapat diakibatkan karena banyaknya permintaan pengiriman, penumpukan barang di tempat pemindahan barang, kecelakaan, bencana alam, dan hal-hal lainnya yang mengganggu dan menghambat proses pengiriman barang.

Pada dasarnya setiap perusahaan ingin memberikan kepuasan secara maksimal kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan tergolong salah satu tujuan perusahaan untuk mempertahankan dan mengamankan keuntungan laba atau pemasukan dalam jangka panjang.

Kunci kepuasan pelanggan dari setiap perusahaan yaitu dengan cara mengetahui apa yang diinginkan oleh setiap pelanggan serta bagaimana cara perusahaan mewujudkan dan mengimplementasikannya. Pelanggan yang sudah puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan menumbuhkan rasa kesetiaan untuk tetap memakai jasa yang disediakan dari perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan terhadap tingkatan kinerja jasa aktual dengan kinerja sesuai harapannya (Rohaeni & Marwa, 2018).

Peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan ini menganggap kepuasan pelanggan sebagai faktor penting yang menunjang keberhasilan dan pendorong kesuksesan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya. Hal ini membuktikan kepuasan pelanggan memberikan dorongan bagi pelanggan untuk melakukan pemakaian ulang jasa yang ditawarkan yang dimana akan meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam melayani pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam sangat memperhatikan tingginya kualitas pelayanan dan persepsi risiko yang diberikan. Akan tetapi, berdasarkan observasi peneliti mengenai kualitas pelayanan yang ada di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam ini masih dijumpai pelanggan yang tidak puas akan pelayanan yang diberikan sehingga menyebabkan penurunan

pemakaian jasa yang dimana akan mempengaruhi dan mengurangi kepuasan pelanggan.

Berikut latar belakang yang penulis sampaikan, karena itu penulis tertarik dengan membuat proposal yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Kepuasan Pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti melakukan identifikasi masalah, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kurangnya kualitas pelayanan yang diterapkan.
2. Kurangnya kepastian dan keamanan barang yang dipercaya oleh pelanggan untuk dikirim karena tidak ada garansi akan risiko.
3. Ketidaktepatan waktu pengiriman, sehingga paket yang harusnya sampai di waktu yang telah dijanjikan melebihi waktu estimasi dalam pengiriman paket ke tempat tujuan.
4. Pelanggan belum merasa puas atas apa yang diterima dari ekspedisi Lion Parcel.
5. Informasi yang diberikan oleh Lion Parcel kurang dapat dimengerti oleh pelanggan.

## **1.3. Batasan Masalah**

Karena terbatasnya waktu dan biaya yang dimiliki, maka penulis hanya memfokuskan penelitian ini terhadap kualitas pelayanan dan persepsi risiko pada PT. Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan tadi, maka dapat diidentifikasi masalah – masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Marcel Mahkota 53 Batam?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Relevan dengan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan informasi guna melengkapi teori-teori yang telah ada dan berhubungan dengan variabel dalam penelitian ini yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam, serta penelitian inipun menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya.

## **1.6.2. Manfaat Praktis**

### **1.6.2.1. Bagi Perusahaan**

Manfaat bagi perusahaan yaitu sebagai acuan evaluasi serta penyempurnaan seiring berjalannya waktu agar dapat mencapai tujuan perusahaan seoptimal mungkin.

### **1.6.2.2. Bagi Kampus**

Manfaat bagi akademis yaitu menjadikan penelitian ini sebagai literatur dan kepustakaan untuk membuat tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk kelulusan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Kualitas Pelayanan**

###### **2.1.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wibowati, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan yang terbentuk dari penilaian pelanggan atas keunggulan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga pelanggan dapat menilai kualitas jasa tersebut apabila pelanggan merasa puas maupun tidak puas dengan membeli suatu pelayanan jasa tersebut (Ibrahim & Thawil, 2019).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan jasa yang nyata yang selama ini mereka peroleh dan rasakan dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka dambakan atau harapkan. Kata kualitas sendiri memiliki banyak definisi dan arti, kualitas dapat dibagi kedalam tiga elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

### **2.1.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut (Wibowati, 2020), berikut terdapat 5 (lima) indikator kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut.

1. *Tangible*, yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan prima bagi seluruh pelanggan secara aktual, yang berarti dapat dirasakan nyata oleh pelanggan.
2. *Reability*, yaitu dapat dipercaya, perusahaan wajib memberikan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan setiap pelanggan.
3. *Responsiveness*, yaitu respon cepat, pelayanan terbaik dan tanggapan sigap yang diberikan oleh perusahaan kepada setiap pelanggan yang menemui permasalahan.
4. *Assurance*, yaitu jaminan kepastian pelanggan atas hal yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan adanya *assurance* ini maka akan terjalin kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu perusahaan dapat memahami perasaan seorang pelanggan secara tulus seolah-olah dialah pelanggan yang akan membutuhkan jasa dari perusahaan tersebut.

### **2.1.2. Persepsi Risiko**

#### **2.1.2.1. Definisi Persepsi Risiko**

Persepsi risiko yaitu bentuk interpretasi dan penilaian terhadap situasi risiko berdasarkan pada pengalaman atau keyakinan yang dimiliki serta ketidakpastian atau konsekuensi-konsekuensi negatif yang mungkin akan dirasakan karena pembelian suatu produk atau jasa (Rusilawati *et al.*, 2022).



### 2.1.2.2. Indikator Persepsi Risiko

Persepsi risiko dikelompokkan menjadi beberapa dimensi menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fatah & Andayani, 2021) sebagai berikut.

1. *Financial risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan finansial yang bisa dialami sebagai konsekuensi dari pembelian suatu jenis jasa.
2. *Social risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan kecemasan pembeli jasa atas pembelian jasa..
3. *Performance risk*, yaitu risiko kinerja yang berkaitan dengan kecemasan pembeli jasa akibat keefektifan hasil yang diberikan oleh penyedia jasa.
4. *Time and convenience risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan kecemasan atas berkurangnya manfaat dari suatu jasa akan waktu pembelian jasa.
5. *Physical risk*, yaitu risiko yang berkaitan dengan kecemasan mengenai wujud produk atas pembelian jasa.
6. *Psychological risk*, yaitu risiko yang berimbas kepada kepribadian pelanggan atas pembelian jasa..

### 2.1.3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan mengarah pada perasaan senang atau kecewanya seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu produk atau jasa dari apa yang telah mereka harapkan dan terima (Syahputra & Wibowo, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah sebuah konsep abstrak dimana kepuasan yang sebenarnya bervariasi dari individu terhadap jasa atau produk, tergantung pada sejumlah harapan individu (Gultom *et al.*, 2020).

### **2.1.3.1. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut penelitian (Anggriana *et al.*, 2017), ada empat indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Puas dengan kinerja/kemampuan sesuai harapan pelanggan.

Pelanggan yang membeli jasa akan merasa puas atau tidak puas setelah melakukan pembelian jasa.

2. Kepuasan informasi yang diberikan dari karyawan.

Informasi yang disampaikan oleh karyawan atas deskripsi jasa yang akan dibeli jelas dan sesuai dengan perkataan yang disampaikan, bukan hanya membicarakan hal-hal baiknya saja.

3. Kepuasan atas sikap hormat dan menghargai pelanggan.

Pelanggan akan merasa puas atau tidak puas atas sikap hormat dan sikap menghargai yang diberikan oleh karyawan penjual jasa.

4. Kepuasan pada kondisi fisik.

Pelanggan merasa puas atau tidak puas atas kondisi fisik barang yang akan dikirimkan termasuk kualitas dan kecanggihan teknologi yang digunakan.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Dominannya penelitian terdahulu ialah referensi dan perbandingan penelitian ini. Penelitian oleh (Salim *et al.*, 2018) dengan berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirtana di Cabang Medan Kota. Hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtana di Cabang Medan Kota.

Penelitian oleh (Hafizha *et al.*, 2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif dan Fasilitas Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Sumbawa Besar. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif dan fasilitas transportasi secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Raiyan & Siregar, 2019) dengan judul Pengaruh Persepsi Risiko dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19. Hasil penelitian melampirkan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut penelitian yang diteliti oleh (Mulyapradana *et al.*, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal.

Penelitian yang diteliti oleh (Suharyadi, 2018) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Yoehan Wanaherang Bogor. Hasil penelitian melampirkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Toko Yoehan Wanaherang Bogor.

Penelitian yang diteliti oleh (Siregar & Putri, 2020) dengan judul Studi Konsep Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Sebagai Perusahaan Penyedia Energi Listrik Monopoli. Hasil penelitian

menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang terakhir diteliti oleh (Faridah *et al.*, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Rudi Salim, Heri Kusmanto & Muryanto Amin, 2018. (Salim <i>et al.</i> , 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Tirtana di Cabang Medan Kota.	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	Hafizha dan HS Nuryani, 2019. (Hafizha <i>et al.</i> , 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif dan Fasilitas Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (J&T Express Sumbawa).	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif dan fasilitas transportasi secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	Muhammad Raiyan, M.Ridha Siregar, 2021. (Raiyan & Siregar, 2019)	Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan Pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek di Banda Aceh Pada Pandemi Covid-19.	Analisis regresi linear berganda.	Persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4	Harnoto Harnoto, Ari Dwi Anjarini, Aria Mulyadana, 2020. (Mulyapradana <i>et al.</i> , 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal.	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5	Dedi Suharyadi, 2018. (Suharyadi, 2018).	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Toko Yoehan Wanaherang Bogor).	Analisis regresi linear sederhana.	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6	Widyana Verawaty Siregar, Syarifah Muthia Putri, 2020. (Siregar & Putri, 2020)	Studi Konsep Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Sebagai Perusahaan Penyedia Energi Listrik Monopoli.	Analisis regresi linear berganda.	Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.
7	Faridah, Yayat Hidayat Amir, Basukiyatno, 2020. (Faridah <i>et al.</i> , 2020)	Studi Tentang Kualitas Pelayanan Ojek Online (OJOL) GrabBike dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Tegal.	Analisis regresi linear sederhana.	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **2.3. Kerangka Pemikiran**

### **2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

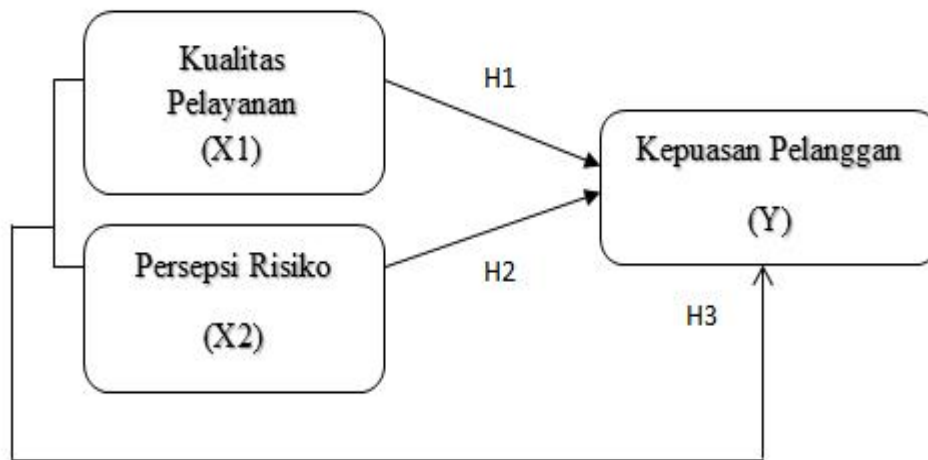
Jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut maka terwujudlah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, jika tingkat kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan bertambah (Alfajar *et al.*, 2021).

### **2.3.2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Emosi yang terkait dengan risiko seperti kekhawatiran atau kecemasan dapat berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Karenanya, fokus utama sebuah perusahaan adalah mengurangi persepsi risiko di benak konsumen dengan meningkatkan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan, salah satu caranya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya (Raiyan & Siregar, 2019).

### **2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan dan persepsi risiko mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan tingkat kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan, persepsi risiko yang rendah akan menimbulkan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

#### 2.4. Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka konsep penelitian diatas maka hipotesis penelitian ini disusun sebagai berikut :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT.

Lion Parcel Mahkota 53 Batam.

H2 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di PT. Lion

Parcel Mahkota 53 Batam.

H3 : Kualitas pelayanan dan persepsi risiko sama-sama berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Lion Parcel Mahkota 53

Batam.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menjelaskan, menggambarkan, menemukan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan dan diukur melalui pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2014). Adapun metode penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan dan permasalahan dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini memiliki sifat replikasi serta pengembangan, yang dimana sifat penelitian ini hampir sama dengan penelitian sebelumnya tetapi hanya pada objeknya, variabel serta jangka waktunya yang berbeda. Penelitian ini bermaksud untuk mengembangi penelitian sebelumnya. Perbedaan yang terdapat pada penelitian dapat dilihat pada objek risetnya, variabel dan waktu yang digunakan dalam meneliti risetnya.

#### **3.3. Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian adalah di PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam. PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam beralamat di Perum Ruko Valley Park blok A no. 25-26, Batam Centre, Kota Batam, Kepulauan Riau.



### 3.3.2. Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2022 hingga Agustus 2022.

Periode pelaksanaan penelitian yang lebih rinci dapat dilihat di tabel berikut ini:

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
	2021	2021	2021	2021	2021
Latar Belakang					
Merumuskan suatu permasalahan					
Studi Kepustakaan					
Menyebarkan serta mengumpulkan data Kuesioner					
Pengujian data					
Menyelesaikan skripsi					

Sumber: Penulis, 2022

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi adalah seluruh totalitas atau subjek penelitian yang di dalamnya dapat memberikan informasi atau data pada penelitian (Eddy *et al.*, 2021).

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu 104 pelanggan yang pernah membeli jasa dari PT Lion Parcel Mahkota 53 Batam pada bulan Juni 2021.

#### 3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Semua unit populasi wajib memiliki peluang untuk menjadi sampel dan sampel menjadi perwakilan dari populasi dalam bentuk kecil (Eddy *et al.*, 2021).

### 3.4.3. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah cara pengambilan sebagian dari populasi sedemikian rupa sehingga sampel dapat menggeneralisasi atau mewakili suatu populasi (Sumargo, 2020). Karena jumlah populasinya relatif kecil maka jumlah sampel ditentukan menggunakan metode *sampling* jenuh sebanyak 104 responden. *Sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel, Hal ini dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil dan bermaksud menghindari kesalahan dalam uji penelitian.

### 3.5. Sumber Data

Berdasarkan pada sumber data bisa dibagi menjadi dua, yaitu data yang bersifat primer yang secara langsung memberikan informasinya, serta data sekunder yang secara tidak langsung memberikan informasi kepada pengumpul informasinya (Juliandi *et al.*, 2014). Sumber data primer berasal dari kuesioner.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan tiga cara yaitu survei, observasi dan dokumentasi. Peneliti menyebarkan kuesionernya berdasarkan kumpulan pernyataan tentang pendapat atau persepsi responden tentang suatu variabel yang diteliti. Persepsi responden dilakukan pengujian menggunakan skala Likert (Ghozali, 2018).Selanjutnya bagan rasio Likert sebagai berikut:

**Tabel 3.2** Skala Likert

Skala Likert	Nominal
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

**Tabel 3.3** Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangible</i></li> <li>2. <i>Reability</i></li> <li>3. <i>Responsiveness</i></li> <li>4. <i>Assurance</i></li> <li>5. <i>Empathy</i></li> </ol>	Likert
Persepsi Risiko (X2)	Perkiraan subjektif individu untuk mendapatkan konsekuensi kerugian dalam menerima suatu hasil yang diharapkannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Risk</i></li> <li>2. <i>Social Risk</i></li> <li>3. <i>Performance Risk</i></li> <li>4. <i>Time and Convenience Risk</i></li> <li>5. <i>Physical Risk</i></li> <li>6. <i>Psychological Risk</i></li> </ol>	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan senang atau kecewanya seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu produk atau jasa dari apa yang telah mereka harapkan dan terima	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan kinerja/kemampuan sesuai harapan pelanggan.</li> <li>2. Kepuasan informasi yang diberikan dari karyawan.</li> <li>3. Kepuasan atas sikap hormat dan menghargai pelanggan.</li> <li>4. Kepuasan pada kondisi fisik termasuk teknologi yang digunakan.</li> </ol>	Likert

**Sumber:** Penulis, 2022

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakter data yang telah dikumpulkan. Di lain sisi, statistik deskriptif berfungsi untuk mencari kesimpulan mengenai sebuah populasi melalui sampel. Umumnya dipaparkan dalam bentuk grafik, diagram, tabel serta keterangan kelompok (Ghozali, 2018:45).

Bobot	Pertanyaan Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Peneliti (2022)

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

Dalam kajian ini peneliti melakukan penelitian menggunakan hasil kuesioner sebagai alat ukurnya. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reabilitas.

#### 3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018:51). Dalam menetapkan layak atau tidak layaknya sebuah item yang diinginkan, uji sig koefisien korelasi di taraf 0,05 maknanya sebuah item diasumsikan memiliki taraf penerimaan atau valid jika mempunyai korelasi sig pada jumlah *score item*. Rumus validitas tes menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

**Rumus 3.1** *Pearson Product Moment*

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

N = Banyak pasangan nilai x dan y

$\sum XY$  = Jumlah dari hasil nilai x dan nilai y

$\sum X$  = Jumlah nilai x

$\sum Y$  = Jumlah nilai y

$\sum X^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum Y^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai y

### 3.8.2.2 Uji Realibilitas

Pengujian ini dilakukan untuk memastikan instrumen pengumpulan data yang diperoleh peneliti yaitu kuesioner dapat digunakan dan juga menjelaskan penelitian yang dilakukan. Untuk menguji realibilitas ini peneliti menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dimana jika hasil *Cronbach Alpha* ini  $> 0,6$  maka data peneliti mempunyai keandalan yang kuat. Jika  $< 0,6$  maka data penelitiannya belum dapat diandalkan atau tidak realibel. (Riyanto & Hatmawan, 2020). Untuk mengetahui reabilitas, rumusnya adalah:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right] \quad \text{Rumus 3.2 Cronbach Alpha}$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum a_{2t}$  = Jumlah varian butir

$A_{2t}$  = Varian total

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menghindari data dari bias, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

Berikut ini uji asumsi klasik:

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan agar mengetahui nilai residu yang diteliti, apakah memperoleh distribusi yang normal atau tidak normal. Uji normalitas pada

penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati grafik histogram, penyebaran data pada *normal probability plot* yang dikenal dengan normal pp-plot dan uji statistik nonparametrik berupa *Kolmogorov-Smirnov*. Distribusi data tergolong normal pada grafik histogram dapat dilihat dari bentuk kurva yang mirip bentuk lonceng. Pada *normal probability plot* distribusi data dikatakan normal apabila titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti arah diagonal. Data dapat dinyatakan normal atau tidak normal pada *Kolmogorov-Smirnov* apabila nilai variabel tersebut nilai  $\text{sig} > 0,05$  dinyatakan normal dan  $< 0,05$  dinyatakan tidak normal (Ghozali, 2018).

### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan dalam model regresi ditemukan kolinearitas antar variabel bebas atau tidak. Dapat dilihat nilai *Variance Inflation Factors* (VIF), apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$  atau  $< 10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  atau  $> 10$  maka dapat dipastikan terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018:107).

### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk membandingkan ketidaksamaan varian variabel dari residual didalam pengamatan model regresi linear. Heteroskedastisitas yang baik memiliki ciri-ciri yang tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Untuk melihat ada atau tidak adanya gejala tersebut yaitu dengan menggunakan *scatterplot*, yaitu tidak menunjukkan titik yang berbentuk pola, tidak bergelombang dan menyebar disekitar angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2018:39).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang variabel mengikatnya lebih dari satu dan untuk mengetahui apakah variabel independen berhubungan positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Kurniawan, 2016). Berikut rumus regresi linear berganda dipaparkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon$$

**Rumus 3.3** Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

$\alpha$  = Konstanta persamaan regresi

$\beta$  = Koefisien regresi

#### 3.8.4.2 Analisis Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah acuan yang digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam perubahan variabel terikat. Jika  $R^2 = 0$  berarti tidak ada persentase atau tidak berpengaruh dari variabel bebas dengan variabel terikat. Jika  $R^2 = 1$  berarti terdapat pengaruh pada dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2018).

### 3.8. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari Uji Parsial (*T-test*) dan Uji Simultan (*F-test*).

### 3.9.1 Uji Parsial (*T-Test*)

Uji parsial (*T-Test*) bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan pengukuran hipotesis. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $\text{Sig} < 0,05$ ) atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka dapat diartikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ( $\text{Sig} > 0,05$ ) atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka dapat diartikan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berikut rumus uji  $t$  untuk memeriksa variabel secara simultan:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Rumus 3.4** Uji T-Test

Keterangan :

$t$  = Nilai  $t$  hitung

$r$  = Korelasi parsial

$n$  = Jumlah sampel

### 3.9.2 Uji Simultan (*F-Test*)

Uji simultan (*F-Test*) bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen berpengaruh atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $\text{Sig} < 0,05$ ) atau  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$  maka dapat diartikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ( $\text{Sig} > 0,05$ ) atau  $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$  maka dapat diartikan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berikut rumus uji  $t$  yang dimanfaatkan untuk memeriksa variabel secara simultan:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

**Rumus 3.5** Uji F-Test



Keterangan:

$R^2$  = efek jumlah variabel x

n = total ukuran sampel

k = jumlah variabel x