

**Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery* Terhadap  
Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang  
(Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)  
Kabupaten Purbalingga)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh :**

**INKA PRATIWI  
NIM. 1817201187**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inka Pratiwi  
NIM : 1817201187  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery*  
Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa  
Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa  
PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten  
Purbalingga)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 23 September 2022  
Saya yang menyatakan,



Inka Pratiwi  
NIM. 1817201187



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PICK UP DELIVERY DAN CASH ON DELIVERY TERHADAP  
PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN BARANG  
(STUDI KASUS PENGGUNA JASA PT CITRA VAN TITIPAN KILAT (TIKI)  
KABUPATEN PURBALINGGA)**

Yang disusun oleh Saudara **Inka Pratiwi NIM 1817201187** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **04 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiyulloh, M. H. I  
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si  
NIDN. 2009039301

Purwokerto, 11 Oktober 2022

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Inka Pratiwi NIM 1817201187 yang berjudul:

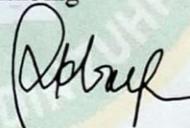
**Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.)

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 23 September 2022

Pembimbing



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIDN. 2009039301

## MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri

**(Q.S. Ar-Ra'd Ayat 11)**

Apapun yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya untuk menemukanmu

**( Ali Bin Abi Thalib)**

Berusahalah hingga ketidakmungkinan itu berubah menjadi hal menakjubkan

**(Inka Pratiwi)**



**PENGARUH *PICK UP DELIVERY* DAN *CASH ON DELIVERY*  
TERHADAP PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN JASA  
PENGIRIMAN BARANG  
(Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)  
Kabupaten Purbalingga)**

**Inka Pratiwi**

**NIM. 1817201187**

E-mail: inkapратиwi65@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas  
Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Fenomena perkembangan bisnis yang semakin pesat menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar jasa pengiriman. Hal ini membuat semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk layanan yang beragam. Kondisi demikian membuat pelanggan dihadapkan berbagai alternatif pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Sementara dipihak perusahaan menimbulkan persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan pelanggan. Upaya untuk memuaskan pelanggan diperlukan untuk bertahan di tengah persaingan, memperbesar pangsa pasar dan menambah pelanggan. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan agar dapat mempertahankan pelanggan yaitu dengan menyediakan layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara parsial dan simultan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang (studi kasus pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Adapun teknik pengambilan data dilakukan melalui kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 390 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga. *Pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat menjadi pilihan alternatif untuk menjangkau konsumen yang tidak memiliki waktu untuk mengirimkan paket dan kesulitan menggunakan pembayaran secara *online*. Oleh karena itu, semakin banyak orang yang menggunakan *pick up delivery* dan *cash on delivery* maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan karena *pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat memberikan keamanan, efektivitas, efisiensi dan tanggung jawab dalam menangani setiap pengiriman barang.

**Kata Kunci: *Pick Up Delivery*, *Cash On Delivery*, dan Kepuasan Pelanggan**

**THE EFFECT OF PICK UP DELIVERY AND CASH ON DELIVERY ON  
INCREASING CUSTOMER SATISFACTION OF GOODS DELIVERY  
SERVICES**

*(Case Study Of Service Users Of PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)  
Purbalingga Regency)*

**Inka Pratiwi**

**NIM. 1817201187**

*Email: inkapратиwi65@gmail.com*

*Study Program Of Islamic Economics, Faculty Of Islamic Economics And  
Business, State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*The phenomenon of increasingly rapid business development has led to more companies entering the shipping service market. This makes more and more products and services offered in the form of various services. Such conditions make customers faced with various alternative purchasing options in order to meet their needs. Meanwhile, on the part of the company, it creates a climate of increasingly high competition in getting customers. Efforts to satisfy customers are needed to survive in the midst of competition, enlarge market share and add customers. One of the marketing strategies carried out in order to retain customers is by providing pick up delivery and cash on delivery services.*

*This study aims to determine the effect of pick up delivery and cash on delivery partially and simultaneously on increasing customer satisfaction for goods delivery services (a case study of service users of PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Purbalingga Regency). The research method used in this research is quantitative. The data collection technique is done through a questionnaire. The population used in this study were service users of PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Purbalingga Regency. The sampling technique used is non-probability sampling using purposive sampling method. The sample used in this study amounted to 390 respondents. The analysis used in this study is multiple linear regression.*

*The results showed that pick up delivery and cash on delivery partially and simultaneously had a positive effect on customer satisfaction with PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Purbalingga Regency. Pick up delivery and cash on delivery can be alternative options to reach consumers who don't have time to send packages and have difficulty using online payments. Therefore, the more people who use pick up delivery and cash on delivery, the higher the level of customer satisfaction. This is because pick up delivery and cash on delivery can provide security, effectiveness, efficiency and responsibility in handling every shipment of goods.*

***Keywords: Cash On Delivery, Pick Up Delivery, and Customer Satisfaction***

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	H	Ha (dengan garis di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Rr
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan garis di bawah)
ض	D'ad	D	De (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	T	Te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Z	Zet (dengan garis di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'El
م	Mim	M	'Em

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ن	Nun	N	‘En
و	Waw	W	W
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

م تعددة	Ditulis	Muta’addidah
عدة	Ditulis	‘Iddah

## 3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, makaditulis dengan h

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan rakaat, *fathah* atau *kasrah* atau *dommah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	Zakât al-fiṭr
------------	---------	---------------

## 4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

### 5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جا ه ل ي ة	Ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	ك ر يم	Ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	ن ر و ض	Ditulis	Furûd

### 6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بيئم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

	أ انتم	Ditulis	A'auntum
	أ عدت	Ditulis	U'iddat

### 8. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf qomariyah

	أ لقياس	Ditulis	Al-qiyâs
--	---------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

	السماء	Ditulis	As-samâ
--	--------	---------	---------

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

	ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
--	------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamini, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga)”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan tenaga, dan pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Mohammad Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. In Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, masukan, motivasi, keikhlasan waktu dan pikiran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan ibu.
13. Seluruh Dosen dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
14. Teruntuk diriku, terimakasih karena sudah selalu kuat untuk berjuang melewati masa-masa penyusunan skripsi ini sampai akhir.
15. Orang tua tercinta Alm. Bapak Muhadi dan Ibu Rosiah yang telah merawat, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis, serta dukungan dan doa-doanya yang tidak pernah putus selama ini. Terimakasih banyak semoga Bapak tenang di sisi Allah SWT dan Ibu selalu diberikan perlindungan, kesehatan dan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT.
16. Kakak Adik tersayang Siskawati, Ali Sadikin dan Akhmad Mustofa yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Keponakan tersayang Khabil Ali Al Husain dan Abbas Ali Al Fatih yang selalu memberikan semangat, kebahagiaan, humor kepada penulis sehingga penulis tetap kuat dalam menyelesaikan skripsi ini.
18. Sahabat-sahabatku Cindy Dwi Indriani, Firda Irlianti Datu, dan Siti Faizatur Rohmah yang selalu ada dalam suka maupun duka, selalu menyemangati dan memberikan dukungan kepada penulis.

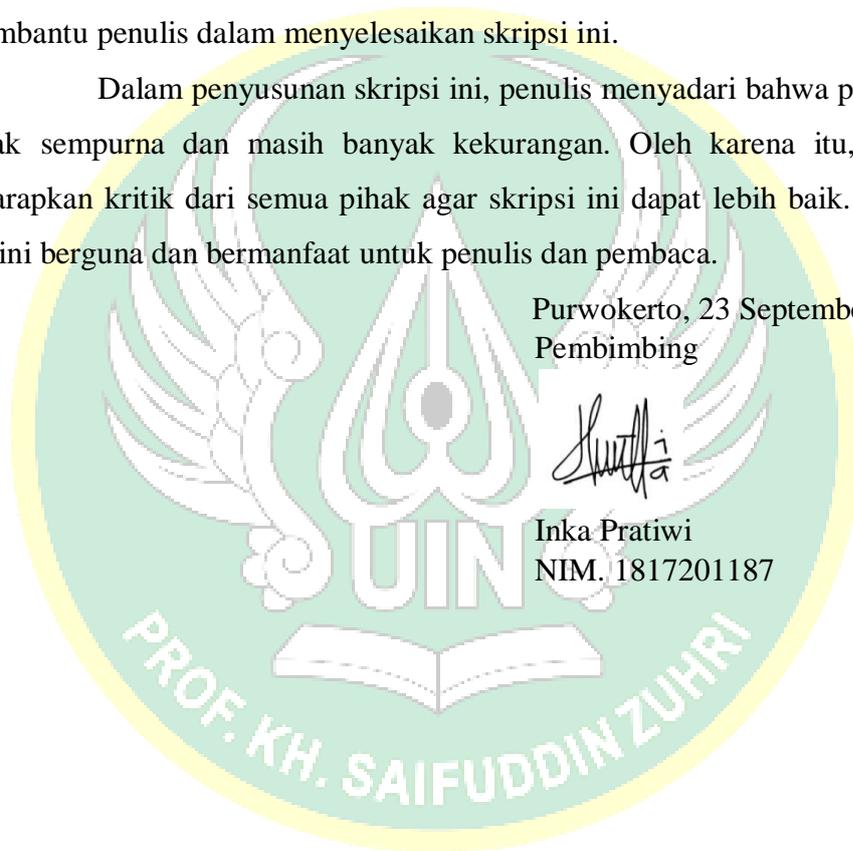
19. Untuk teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah E angkatan 2018, terimakasih atas kebersamaan kita selama kurang lebih 4 tahun ini dalam keadaan suka maupun duka.
20. Teman-teman PMII Rayon FEBI, DEMA FEBI 2020 dan SEMA FEBI Periode 2021, terimakasih karena sudah memberikan pengalaman organisasi yang sangat baik, pengalaman yang akan menjadi kenangan ketika selesai kuliah nanti.
21. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dari semua pihak agar skripsi ini dapat lebih baik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca.

Purwokerto, 23 September 2022  
Pembimbing



Inka Pratiwi  
NIM. 1817201187



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kajian Teori .....	19
C. Model Penelitian .....	24
D. Hipotesis Penelitian.....	25
E. Landasan Teologis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	34
E. Pengumpulan Data Penelitian .....	37
F. Analisis Data Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>44</b>
A. Gambaran Umum PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI).....	44
B. Karakteristik Responden.....	46
C. Hasil Penelitian .....	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	68
C. Keterbatasan Penelitian .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penghargaan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI).....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Indikator Penelitian .....	35
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	48
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	48
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	49
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Pick Up Delivery .....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Cash On Delivery .....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Masing-Masing Variabel.....	52
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	57
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	59
Tabel 4.19	Hasil Uji Statistik F .....	59
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian..... 24



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Bukti Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 5 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 6 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 7 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 8 Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 9 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)
- Lampiran 10 Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa
- Lampiran 11 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)
- Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 13 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini, industri jasa dibidang logistik sangat diminati kalangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan jasa logistik yang bermunculan karena semakin banyaknya pelaku bisnis yang menggunakan sistem *online* dalam menjalankan usahanya. Selain karena kemudahannya, sistem *online* juga memiliki keunggulan dari segi keuntungan, informasi, luasnya jaringan, hingga prospek ekonomi yang cukup besar (Avriyanti, 2019).

Seiring dengan banyaknya pengguna internet maupun pengguna media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok* dan aplikasi sejenis lainnya membuat sistem *online* semakin diminati oleh para pelaku usaha untuk menjual dan menawarkan produknya. Para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis *online* banyak yang memanfaatkan jasa pengiriman untuk mengantarkan produk pesanan kepada pelanggannya karena lebih efektif, mudah, dan murah dari pada membentuk logistik sendiri. Jasa pengiriman merupakan solusi praktis dan suatu industri jasa penunjang yang dibutuhkan oleh masyarakat (Nugraha & Hisniati, 2019). Hal ini ditunjang dengan adanya akses internet yang dijadikan sebagai media pemasaran yang memudahkan pelanggan untuk bertransaksi.

Fenomena perkembangan bisnis yang semakin pesat menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar jasa pengiriman. Hal ini membuat semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk layanan yang beragam. Kondisi demikian membuat pelanggan dihadapkan kepada berbagai alternatif pilihan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Sementara dipihak perusahaan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan pelanggan. Dalam menjaga keberlangsungan usahanya, perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya baik dalam kegiatan yang sama ataupun berbeda, mengingat persaingan perusahaan yang semakin ketat (Martini dkk., 2020). Apabila

perusahaan tidak bisa bersaing maka pelanggan dapat berpindah ke perusahaan lain.

Manusia sebagai makhluk ekonomi berusaha untuk memaksimalkan kepuasan dan selalu bertindak secara rasional. Suatu pelayanan dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Martua & Djati, 2018). Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Konsumen akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasan mereka dalam bertransaksi ketika kemampuan finansialnya memungkinkan.

Selama utilitas marjinal yang diperoleh dari pembelian produk masih lebih besar atau sama dengan biaya yang dikorbankan, maka orang-orang akan membeli suatu produk (Wuryanti & Zahara, 2019). Konsumen merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan. Oleh sebab itulah orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dikedepankan bagi perusahaan.

Untuk dapat bertahan di pasar persaingan dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman, perusahaan penyedia jasa logistik harus senantiasa meng-*upgrade* ataupun berbenah diri. Upaya untuk memuaskan pelanggan diperlukan untuk bertahan di tengah persaingan, memperbesar pangsa pasar dan menambah pelanggan (Mardikaningsih, 2021). Strategi yang tepat dan sesuai dengan perkembangan zaman sangat dibutuhkan agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama.

Persaingan industri yang melayani jasa pengiriman saat ini sangat berat. Mengingat banyaknya perusahaan jasa pengiriman yang terus bermunculan dan terus mengembangkan serta memperbaiki manajemen pelayanannya agar dapat menghadapi tantangan pasar. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang

dan menyebarluaskan pasar tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu (Batubara & Hidayat, 2016).

Perusahaan didirikan untuk mendapatkan laba atau keuntungan semaksimal mungkin dengan menggunakan berbagai sumber-sumber ekonomi yang dimiliki dalam suatu perusahaan (Itang & Daenuri, 2017). Untuk mewujudkan tujuan tersebut, perusahaan atau badan usaha akan menempuh berbagai macam cara, antara lain meningkatkan kapasitas penjualan, memperluas pemasaran dan saluran distribusi, meningkatkan pelayanan dan promosi, serta meminimumkan biaya operasinya. Upaya ini dilakukan agar tujuan perusahaan dapat terpenuhi.

Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi dikarenakan terbatasnya kualitas pencarian yakni karakteristik fisik yang dapat dievaluasi pembeli sebelum pembelian dilakukan (Anggraeni, 2015). Apabila hal ini tidak dicermati pihak perusahaan, maka para konsumen akan menjauh dan berpaling pada perusahaan lain yang sejenis dan akhirnya hal ini akan menghambat kemajuan usaha perusahaan, karena sumber pendapatan utama dari perusahaan jasa ini adalah berupa imbalan jasa yang diberikan oleh para konsumen.

Dari sekian banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman, PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) menjadi salah satu perusahaan jasa pengiriman terkemuka di Indonesia, berdiri pertama kali di Jakarta pada tahun 1970 dan merupakan perusahaan jasa pengiriman swasta tertua di Indonesia (TIKI, 2022). Hingga saat ini, PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki jaringan operasional yang meliputi 65 kota besar di Indonesia yang didukung oleh lebih dari 500 kantor perwakilan, lebih dari 3700 gerai dan lebih dari 6000 karyawan di seluruh Indonesia.

Dalam bidang jasa pengiriman barang, ada beberapa perusahaan yang memasuki pasar jasa pengiriman yang ada di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Jasa Pengiriman Barang di Indonesia**

No.	Jasa Pengiriman	Tahun Berdiri
1.	PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)	1970
2.	PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	1990
3.	PT. Pandu Siwi Sentosa (Pandu Logistics)	1992
4.	PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana)	1998
5.	PT. Indah Logistik (Indah Group)	2007
6.	PT. Synergy First Logistic (First Logistic)	2007
7.	PT. Pahala Express (Pahala Express)	2008
8.	PT. SiCepat Ekspres (SiCepat)	2014
9.	PT. Global Jet Teknologi Express (J&T Express)	2015
10.	PT. Tri Adi Bersama (Anteraja)	2019

Sumber : <https://pelayananpublik.id>

Dari data tersebut menunjukkan bahwasanya jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) merupakan jasa pengiriman swasta tertua di Indonesia. Hal tersebut menjadikan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) sebagai perintis usaha & pionir jasa pengiriman yang sangat berpengalaman dibidangnya, PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) selalu berupaya mengerti dan melayani sepenuh hati dengan mewujudkan harapan pelanggan akan kualitas pelayanan yang digunakan sehingga dapat mewujudkan keamanan, efektivitas, efisiensi, dan tanggungjawab dalam menanggapi konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang. Kualitas pelayanan menjadi poin utama dalam jasa pengiriman barang. Konsumen akan merasa senang apabila perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan konsumen serta memberikan pelayanan dengan penuh perhatian. Jika pelayanan jasa pengiriman diberikan secara maksimal maka akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Agustin dkk., 2021).

Kepuasan (*satisfaction*) adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan sebuah kinerja yang dipersepsikan atas produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2008: 138-

139). Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang ada di dalam diri konsumen terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika konsumen menerima pelayanan dalam suatu peristiwa (Nugroho & Sudaryanto, 2013).

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan dapat memuaskan pelanggan. Menurut (Kotler & Keller, 2008: 140), tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dengan menggunakan cara membandingkan dari setiap harapan yang diinginkan oleh suatu konsumen dengan kualitas pelayanan yang diterimanya ketika menggunakan produk/jasa. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting bagi suatu perusahaan agar suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sama dibidangnya.

Hal-hal yang menentukan puas atau tidak puasnya pelanggan salah satunya adalah mutu pelayanan (Wijaya & Nurcaya, 2017). Perusahaan harus berupaya untuk memberikan layanan pengiriman kepada pelanggan dengan cepat dan akurat sehingga pelayanan menjadi faktor yang sangat berpengaruh pada unggulnya suatu perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) agar dapat mempertahankan pelanggan yaitu dengan menyediakan layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery*.

*Pick up delivery* adalah suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan juga pengantaran yang bertujuan memudahkan konsumen dalam bertransaksi (Habibi & Mardhiyah, 2021). Layanan tersebut merupakan cara untuk mempermudah konsumen yang sibuk dan tidak sempat mengantar barang kiriman ke kantor dengan cara dijemputnya paket kiriman kerumah. Dengan adanya layanan ini konsumen tidak perlu susah payah mengantarkan atau mengambil barangnya. Layanan *pick up delivery* ini juga memberikan dorongan yang besar agar para konsumen mau melakukan transaksi (Majid dkk., 2019).

Sedangkan *cash on delivery* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh

pembeli (Tedjakusuma et al., 2020). Transaksi Online yang menggunakan metode pembayaran *cash on delivery* (COD) berperan penting dalam meningkatkan intensitas transaksi elektronik di Indonesia hal ini disebabkan metode pembayaran *cash on delivery* (COD) dapat menjangkau konsumen yang belum memiliki rekening bank atau dompet digital serta untuk meminimalisir indikasi praktik penipuan (Nabil Abduh dkk., 2022). *Cash On Delivery* (COD) lebih dipilih masyarakat karena dapat meminimalisir indikasi praktik penipuan yang sering terjadi dalam pengiriman barang (Barkatullah, 2017: 85). Selain itu, layanan *cash on delivery* dapat digunakan untuk membangun reputasi pelaku bisnis.

Penggunaan layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* dalam jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) berbeda dengan jasa pengiriman yang lain. Untuk jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) dalam melakukan layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat dilakukan dengan cara menghubungi gerai/agen TIKI ataupun menggunakan aplikasi yang telah disediakan sehingga dapat memudahkan pelanggan dan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (TIKI, 2022). Sedangkan jasa pengiriman lain dalam menggunakan layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* harus mendaftar, menginput, dan menggunakan aplikasi yang disediakan jasa pengiriman dan aplikasi sejenis lainnya yang sudah bekerjasama dengan jasa pengiriman seperti shopee, bukalapak, tokopedia, dan lazada.

Penelitian yang terkait dengan kepuasan pelanggan yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Indah & Suryoko, 2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Kantor POS Semarang) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhaniati dkk., 2020) juga menyebutkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu jasa pengiriman barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, implikasinya pada perusahaan jasa pengiriman barang harus

mempertimbangkan layanan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan atas barang yang dikirimkan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabelnya. Dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh (Indah & Suryoko, 2015) dan (Ramadhaniati dkk., 2020) variabelnya adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian ini lebih mengarah pada pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan adanya layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan terus menggunakan jasa pengiriman barang di PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Pick Up Delivery* Dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *pick up delivery* berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga?
2. Apakah *cash on delivery* berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga?
3. Apakah *pick up delivery* dan *cash on delivery* berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka tujuan dari penulisan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *pick up delivery* secara parsial terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *cash on delivery* secara parsial terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

### 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu:

#### a. Manfaat Praktis

##### 1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis mengenai pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

##### 2) Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, sebagai bahan informasi mengenai *pick up delivery* dan *cash on delivery* serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang di PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

b. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan pembaca tentang *pick up delivery* dan *cash on delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih dalam mengenai ekonomi pemasaran yang sudah didapatkan pada universitas, sehingga dapat menguasai dan memahami pengetahuan dengan benar.

**D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan peneliti membagi menjadi lima bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini terdiri dari kajian pustaka, kajian teori, landasan teologis, model penelitian, dan hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator, pengumpulan data penelitian, dan analisis data untuk melakukan uji dalam penelitian ini.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan analisis data untuk memperoleh hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini adalah bagian paling akhir dari skripsi, yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan keterbatasan penelitian serta penutup dari pembahasan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

Dalam menunjang penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka perlu dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai bahan acuan diantaranya yaitu penelitian pertama yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana tahun 2016 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif menggunakan teknik asosiatif dengan hasil penelitian bahwasanya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Maulana, 2016).

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Lestari dan Pratomo tahun 2021 yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna layanan *cash on delivery (COD)* menggunakan metode *delone and mclean* (Studi kasus pada aplikasi shopee). Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang memiliki 30 pernyataan dengan skala likert 5 titik. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* kepada pengguna sistem *cash on delivery (COD)* pada aplikasi shopee dengan hasil penelitian bahwa Kualitas informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna layanan *Cash On delivery (COD)* pada aplikasi Shopee (Lestari & Pratomo, 2021).

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh habibi dan Mardiyah tahun 2021 dengan judul Analisis Penerapan Layanan *Pick Up And Delivery* terhadap loyalitas konsumen (Studi pada cuci sepatu medan). Penelitian ini menggunakan 96 responden sebagai sampel penelitian dan teknik penentuan sampel menggunakan nonprobability sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yaitu meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis melalui uji-t dan uji koefisien determinasi dengan hasil penelitian menyatakan

bahwa Pengaruh layanan *pickup and delivery* bernilai positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada cuci sepatu medan (Habibi & Mardhiyah, 2021).

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Mukhlis tahun 2019 dengan judul Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman JNE di Muara Bulian. Penelitian ini menyatakan bahwa Terdapat pengaruh antara Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Muara Bulian (Mukhlis, 2019).

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Ramadhaniati, dkk tahun 2020 dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini dilakukan di perusahaan *Forwarding* di Jakarta dengan jumlah sampel berjumlah 78 pelanggan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan ekspedisi di Jakarta (Ramadhaniati dkk., 2020).

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Indah dan Suryoko tahun 2015 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor POS Semarang). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor POS Semarang (Indah & Suryoko, 2015).

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Martua dan Djati tahun 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Jasa

Pengiriman AB Cargo. Metode yang digunakan dalam menguji penelitian ini adalah *structural equation modeling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Martua & Djati, 2018).

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Wijaya Kesuma Dewi dan Oktalia Utami tahun 2019 dengan judul Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna *E-commerce* Shopee Pada Fitur COD (*Cash On Delivery*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fitur *cash on delivery* berpengaruh positif terhadap variabel pengguna aplikasi shopee di kota Bandung (Wijaya Kesuma Dewi & Oktalia Utami, 2019).

Penelitian kesembilan yang dilakukan oleh Wijaya dan Nurcaya tahun 2017 dengan judul Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek *MC Donalds* Di Kota Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh tidak langsung dan tidak mampu sebagai mediator pengaruh kualitas produk dan kewajaran harga terhadap loyalitas merek tersebut. Sikap loyal pelanggan terhadap suatu merek ditunjukkan dengan seberapa besar intensitas pembelian ulangnya yang disebabkan rasa puas pada konsumen (Wijaya & Nurcaya, 2017).

Penelitian kesepuluh yang dilakukan oleh Lutfianisa tahun 2021 dengan judul Analisis Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara *Cash On Delivery And Purchase Decisions On Social Media Facebook*. Teknik penentuan sampel penelitian yang digunakan menggunakan *simple random sampling*. Peneliti menggunakan teknik analisis data *path analysis* dengan bantuan aplikasi pengolah data AMOS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cash on delivery* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian dan kepercayaan menjadi variabel mediasi dalam hubungan *cash on delivery* dengan keputusan pembelian (Lutfianisa, 2021).

Dalam mendukung penelitian yang akan dilakukan, maka dalam penelitian ini akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dikaji. Berikut beberapa persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai acuan untuk meneliti hal yang akan diteliti.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI (Maulana, 2016)	Menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan	Tidak menggunakan variabel independen <i>pick up delivery dan cash on delivery.</i> Objek penelitian yang digunakan adalah PT. TOI.	Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TOI.
2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna layanan	Membahas tentang kepuasan pengguna	Tidak menggunakan variabel independen	Kualitas informasi dan kualitas layanan

	<p><i>cash on delivery (COD)</i> menggunakan metode <i>delone and mclean</i> (Studi kasus pada aplikasi shopee) (Lestari &amp; Pratomo, 2021)</p>	<p>layanan <i>cash on delivery</i></p>	<p><i>pick up delivery.</i> Objek penelitian yang digunakan adalah aplikasi Shopee.</p>	<p>berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna layanan <i>Cash On delivery (COD)</i> pada aplikasi Shopee.</p>
3.	<p>Analisis Penerapan Layanan <i>Pick Up And Delivery</i> terhadap loyalitas konsumen (Studi pada cuci sepatu medan) (Habibi &amp; Mardhiyah, 2021)</p>	<p>Variabel Independen sama sama membahas tentang <i>pick up delivery</i></p>	<p>Tidak menggunakan variabel independen <i>cash on delivery</i> dan variabel dependen kepuasan pelanggan. Objek penelitian yang digunakan adalah Cuci Sepatu Medan.</p>	<p>Pengaruh layanan <i>pickup and delivery</i> bernilai positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada cuci sepatu medan.</p>
4.	<p>Pengaruh Lokasi</p>	<p>Menggunakan</p>	<p>Tidak</p>	<p>Terdapat</p>

	Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman JNE di Muara Bulian (Mukhlis, 2019)	variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan	menggunakan variabel independen <i>pick up delivery</i> dan <i>cash on delivery</i> . Objek penelitian yang digunakan adalah JNE Muara Bulian.	pengaruh antara Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman JNE di Muara Bulian.
5.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Ramadhaniati et al., 2020)	Menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan	Tidak menggunakan variabel independen <i>pick up delivery</i> dan <i>cash on delivery</i> pada penelitian. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan ekspedisi di Jakarta.	Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan ekspedisi di Jakarta

6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor POS Semarang) (Indah & Suryoko, 2015)	Menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan	Tidak menggunakan variabel independen <i>pick up delivery dan cash on delivery.</i> Objek penelitian yang digunakan adalah Kantor POS Semarang.	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor POS Semarang.
7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman AB Cargo (Martua & Djati, 2018)	Menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan	Tidak menggunakan variabel independen <i>pick up delivery dan cash on delivery.</i> Objek penelitian yang digunakan adalah AB Cargo.	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh

				positif terhadap loyalitas pelanggan
8.	Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna <i>E-commerce Shopee</i> Pada Fitur COD ( <i>Cash On Delivery</i> ) (Wijaya Kesuma Dewi & Oktalia Utami, 2019)	Membahas tentang kepuasan pengguna layanan <i>cash on delivery</i>	Tidak menggunakan variabel independen <i>pick up delivery</i> . Objek penelitian yang digunakan adalah pengguna aplikasi Shopee di Kota Bandung.	Fitur <i>cash on delivery</i> berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna aplikasi shopee di kota Bandung.
9.	Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek <i>MC Donalds</i> Di Kota Denpasar (Wijaya &	Membahas tentang kepuasan pelanggan	Tidak menggunakan variabel independen <i>pick up delivery</i> dan <i>cash on delivery</i> . Objek penelitian	Kepuasan pelanggan berpengaruh tidak langsung dan tidak mampu sebagai mediator pengaruh kualitas produk

	Nurcaya, 2017)		yang digunakan adalah merek <i>MC Donalds</i> Di Kota Denpasar	dan kewajaran harga terhadap loyalitas merek tersebut.
10.	Analisis Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>Cash On Delivery And Purchase Decisions On Social Media Facebook</i> (Lutfianisa, 2021)	Membahas tentang layanan <i>cash on delivery</i>	Tidak menggunakan variabel <i>pick up delivery</i> dan kepuasan pelanggan. Objek penelitian yang digunakan adalah Forum <i>Jual Beli Online Facebook Sukabumi Shopping.</i>	<i>Cash on delivery</i> berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan menjadi variabel mediasi dalam hubungan <i>cash on delivery</i> dengan keputusan pembelian

## B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan kumpulan hasil-hasil yang sudah dicoba oleh periset terdahulu serta memiliki kaitan dengan riset yang hendak dicoba. Penulis menelaah karya-karya berupa jurnal yang berhubungan dengan pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* terhadap kepuasan pelanggan, acuan dan masukan dalam penelitian antara lain:

### 1. Perilaku Konsumen

Konsumen adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa untuk memenuhi suatu standar pelayanan tertentu sehingga dapat memberi pengaruh pada performa pemberi jasa tersebut (Firmansyah, 2018: 64). Setiap konsumen mempunyai pemikiran tersendiri dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian produk maupun jasa. Pemikiran dan cara memilih barang atau jasa tersebut dinamakan sebagai perilaku konsumen.

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian (Lukman, 2014). Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya. Aktivitas memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli termasuk ke dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa. Tentu sebagai konsumen, tidak ingin salah membeli suatu produk atau jasa, maka dari itu perilaku konsumen diperlukan untuk memilih dan akhirnya membeli barang.

Perilaku konsumen merupakan studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2008: 166).

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai perilaku konsumen dalam membeli barang yaitu (Firmansyah, 2018: 3):

a. Memperhatikan konsumen

Merupakan kemampuan penuh dalam menyaring semua upaya untuk mempengaruhi, dengan hasil bahwa semua yang dilakukan oleh pemasar harus disesuaikan dengan motivasi dan perilaku konsumen.

b. Motivasi dan perilaku konsumen

Sesuatu yang berkaitan dengan motivasi dan perilaku dapat diketahui melalui penelitian, sehingga penelitian ini dipakai sebagai acuan dalam membuat program dan strategi pemasaran, perencanaan periklanan, perencanaan promosi sehingga hal-hal yang terjadi pada masa yang akan datang dapat diprediksi untuk menjual produk.

Dalam bidang pemasaran, studi tentang perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen yang melakukan pembelian produk ataupun jasa dan untuk mempengaruhi agar konsumen tersebut bersedia lagi untuk membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka butuhkan. Dalam perilaku konsumen terdiri dari dua elemen yang penting, yaitu elemen proses pengambilan keputusan dan elemen kegiatan fisik. Kedua elemen tersebut melibatkan konsumen pribadi dalam mendapatkan, menilai, dan menggunakan barang dan jasa. Konsumen membeli barang dan jasa untuk mendapatkan manfaat dari barang dan jasa tersebut (Kartika dkk., 2019).

Dengan demikian, perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa yang dibeli atau yang dikonsumsi konsumen, tetapi dimana, bagaimana kebiasaan, dan dalam kondisi macam apa produk dan jasa yang dibeli (Yuniarti, 2015). Pada teori kepuasan pelanggan dapat diartikan bahwa dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah

pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

## 2. *Pick Up Delivery*

Saat ini, semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan jasa kurir di Indonesia yang baik bergerak di skala kecil hingga besar, maupun skala domestik hingga internasional. Di Indonesia sendiri jasa kurir memiliki peran yang cukup penting bagi pendistribusian barang, mengingat Indonesia merupakan negara kepulauan yang terpisah secara geografis oleh banyak lautan sehingga membutuhkan waktu yang cukup panjang dalam pendistribusian barang (Santonius dkk., 2017).

Salah satu strategi perusahaan untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan yaitu dengan memberikan layanan yang terbaik dan berkualitas untuk memuaskan konsumen. Hal-hal yang menentukan puas atau tidak puasnya pelanggan salah satunya adalah mutu pelayanan (Wijaya & Nurcaya, 2017).

*Pick up delivery* adalah suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan juga pengantaran yang bertujuan memudahkan konsumen dalam bertransaksi (Habibi & Mardhiyah, 2021). Dengan adanya layanan ini konsumen tidak perlu susah payah mengantarkan atau mengambil barangnya. Layanan ini juga memberikan dorongan yang besar agar para konsumen mau melakukan transaksi.

*Pickup and Delivery* merupakan komponen bisnis yang mendefinisikan interaksi antara penyedia dan klien di mana penyedia menawarkan layanan, apakah itu informasi atau tugas, dan klien mendapatkan nilai atau kehilangan nilai sebagai hasilnya. Pemberian layanan yang baik memberi peningkatan nilai pada *klien* (Habibi & Mardhiyah, 2021).

### 3. *Cash On Delivery*

Dinamika perubahan transaksi bisnis *online* menggunakan metode *cash on delivery* saat ini mengalami peningkatan pasca covid-19 dan PPKM (Nabil Abduh et al., 2022). Hal ini dikarenakan metode pembayaran *cash on delivery* dapat menjadi alternatif untuk menjangkau semua kalangan konsumen yang kesulitan menggunakan pembayaran secara online. *Cash on delivery* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli (Tedjakusuma dkk., 2020). Model pembelian dengan sistem ini telah banyak diterapkan oleh berbagai *marketplace* di Indonesia.

Adanya kemudahan transaksi yang ditawarkan berbagai *marketplace* menandakan adanya kepercayaan yang didukung rasa aman saat bertransaksi menggunakan sistem *cash on delivery* (Bohalima dkk., 2022). Konsumen sebagai pembeli memiliki kekuasaan penuh untuk memilih dan menggunakan berbagai alternatif pembayaran yang dianggapnya lebih mudah dan aman. Sistem pembayaran *cash on delivery* dalam prakteknya memerlukan dasar yang kuat demi kelancaran dalam transaksi diantaranya kepercayaan, keamanan dan tingkat resiko.

Transaksi *online* yang menggunakan metode pembayaran *cash on delivery* berperan penting dalam meningkatkan intensitas transaksi elektronik di Indonesia, hal ini disebabkan metode pembayaran *cash on delivery* dapat menjangkau konsumen yang belum memiliki rekening bank atau dompet digital lainnya (Nabil Abduh dkk., 2022).

*Cash on delivery* (COD) lebih dipilih masyarakat karena dapat meminimalisir indikasi praktik penipuan yang sering terjadi (Barkatullah, 2017: 85). Selain itu, layanan *cash on delivery* dapat digunakan untuk membangun reputasi pelaku bisnis. Metode pembayaran ini dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat dan pesaing yang semakin bermunculan menciptakan fitur-fitur yang memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi (Bohalima dkk., 2022).

#### 4. Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah pihak yang memaksimumkan nilai, mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan itu (Daga, 2017; 76). Pembeli akan membeli dari perusahaan yang memberikan nilai pelanggan tertinggi, yang didefinisikan sebagai selisih antara total nilai pelanggan dan total biaya pelanggan. Hal ini berarti bahwa penjual harus menentukan total nilai pelanggan yang ditawarkan oleh masing-masing pesaing untuk mengetahui bagaimana posisi tawaran mereka sendiri.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2008: 138-139). Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan di dalam diri para konsumen terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika konsumen menerima pelayanan (Nugroho & Sudaryanto, 2013).

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Aprilianto, 2016). Upaya untuk memuaskan pelanggan diperlukan untuk bertahan di tengah persaingan, memperbesar pangsa pasar dan menambah pelanggan.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan antara lain (Daga, 2017; 78-80):

##### a. Kualitas Produk

Kualitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen dan upaya perusahaan untuk melakukan perubahan kearah perbaikan terus-menerus.

##### b. Harga

Konsumen akan rela membayar sejumlah uang untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas apabila produk atau jasa yang dibelinya sesuai dengan sejumlah uang yang dikeluarkannya.

c. Kualitas Pelayanan

Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan perilaku karyawan itu sendiri.

d. Faktor Emosional

Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya terlihat dari rasa bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk atau jasa dengan merek ternama.

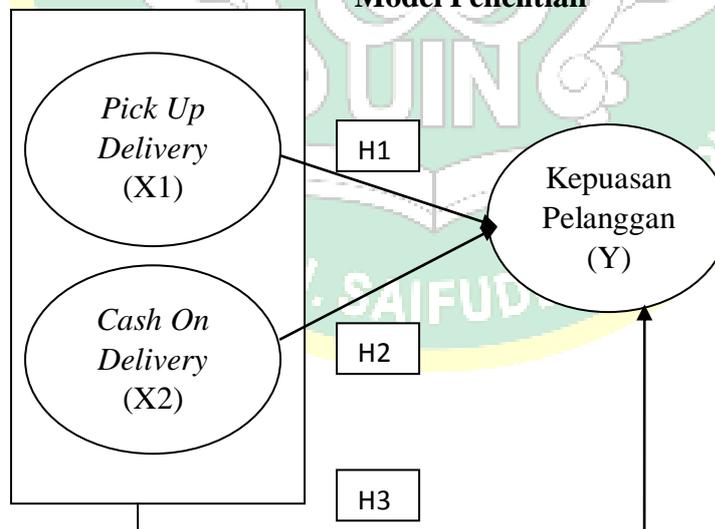
e. Kemudahan

Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.

**C. Model Penelitian**

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan maka *pick up delivery* dan *cash on delivery* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan dalam model penelitian yaitu:

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



1. Hubungan antara X1 dengan Y
2. Hubungan antara X2 dengan Y
3. Hubungan bersama-sama antara X1 dan X2 dengan Y

Berdasarkan gambar diatas data dilihat variabel dependen merupakan variabel yang dapat dipengaruhi variabel lain, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel yang lain, pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2).

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan penjelasan sementara yang disusun oleh peneliti, yang akan diuji kebenaran melalui penelitian yang akan dilakukan. Hipotesis merupakan tanggapan temporer dari sebuah rumusan masalah yang sudah ditunjukkan dengan menggunakan kalimat tanya (Sugiyono, 2013: 99). Berdasarkan latar belakang tinjauan terdahulu, sehingga pada penelitian ini hipotesisnya yaitu:

##### **1. Pengaruh *Pick Up Delivery* Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta selalu berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan. Hal ini membuat perusahaan untuk selalu kreatif dalam memudahkan konsumen dalam bertransaksi. *Pick up delivery* adalah suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan juga pengantaran yang bertujuan memudahkan konsumen dalam bertransaksi (Habibi & Mardhiyah, 2021).

Layanan *pick up delivery* kini sudah banyak disediakan oleh pelaku bisnis jasa pengiriman dalam rangka meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Konsumen tidak perlu meluangkan waktu untuk datang ke tempat untuk melakukan orderan, karena orderan akan dijemput, diproses, serta diatur sepenuhnya oleh pemilik jasa pengiriman. Layanan ini merupakan salah satu strategi perusahaan untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan dengan memberikan layanan yang terbaik dan berkualitas untuk memuaskan pelanggan (Habibi & Mardhiyah, 2021)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Permadi dkk., 2021) bahwa kualitas pelayanan antar jemput (*pick up delivery*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Habibi & Mardhiyah, 2021) juga menunjukkan bahwa *pick up delivery* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

***H1 : Pick up delivery berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan***

2. Pengaruh *Cash On Delivery* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Teknologi informasi telah mengalami perubahan yang amat pesat terutama dalam hal berbelanja. Masyarakat yang mulanya bertemu secara langsung atau *offline* kini dapat melakukan kegiatan perdagangan melalui internet atau secara *online*. Pertumbuhan transaksi elektronik yang terjadi secara masif harus dibarengi dengan sistem pembayaran yang terpercaya dan menimbulkan rasa aman pada bidang *e-commerce* (Nabil Abduh dkk., 2022). Salah satu variasi metode pembayaran yang sering digunakan masyarakat adalah sistem *cash on delivery* (COD).

*Cash on delivery* adalah pembayaran yang dilakukan secara tunai saat barang diterima oleh pembeli (Silviasari, 2020). Pembayaran transaksi dengan metode ini masih banyak dilakukan di Indonesia, karena berhubungan dengan masalah kepercayaan. Kepercayaan dalam sistem pembayaran sangat penting bagi hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Sistem pembayaran *cash on delivery* ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya Kesuma Dewi & Oktalia Utami, 2019) yang menunjukkan bahwa *cash on delivery* berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Pratomo, 2021) juga menunjukkan bahwa *cash on delivery* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

***H2 : Cash on delivery berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan***

### 3. Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan (Mukhlis, 2019). Hal-hal yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Sistem pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena pelayanan yang baik mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan di dalam diri para konsumen terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika konsumen menerima pelayanan (Nugroho & Sudaryanto, 2013). *Pick up delivery* dan *cash on delivery* merupakan salah satu layanan yang dapat membuat konsumen menjadi puas. Layanan ini menjadi salah satu kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi, karena dengan adanya layanan ini pelanggan tidak perlu mengantar barang ke pihak jasa kirim. Selain itu, layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* juga dapat membuat kepercayaan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Majid dkk., 2019) yang menunjukkan bahwa *free pick up service* dan *cash on delivery* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

***H3 : Pick up delivery dan cash on delivery berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan***

## E. Landasan Teologis

Umat islam dalam berbagai aktivitasnya harus selalu berpegang dengan norma-norma ilahiyah, begitu juga dengan muamalah. Kewajiban berpegang pada norma ilahiyah adalah sebagai upaya untuk melindungi hak masing-masing pihak dalam bermuamalah. Muamalah adalah aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda (Siregar & Khoerudin, 2019: 5). Dalam sebuah kaidah mu'amalah dikatakan bahwa:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

Artinya: “Hukum dasar muamalah adalah halal sampai ada dalil yang mengharamkannya” (Madjid, 2018).

Prinsip ini memberikan kebebasan yang sangat luas kepada manusia untuk mengembangkan model transaksi dan produk-produk akad dalam bermu'amalah. Namun demikian, kebebasan ini bukan kebebasan yang tanpa batas, akan tetapi kebebasan yang terbatas oleh aturan syara' yang ditetapkan oleh Al-Qur'an, As-Sunnah, dan Ijtihad ulama. Kebebasan bermu'amalah jangan sampai menimbulkan kezaliman, terjerumus kepada praktik riba, gharar, maisir, dan tindakan-tindakan lainnya yang dapat merugikan para pihak yang terlibat dalam transaksi muamalah (Firdaus, 2019).

Layanan *pick up delivery* saat ini banyak diminati masyarakat. Hal ini dapat mempermudah aktivitas masyarakat sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk mengirim paket. Karena layanan *pick up delivery* merupakan suatu jasa, maka akad pertama yang digunakan yaitu ijarah. Akad ijarah adalah transaksi sewa-menyewa atas suatu barang/upah-mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa (Hasan, 2018; 49).

Dalam bidang muamalah, akad ijarah sangat banyak digunakan, salah satunya adalah jasa pengiriman barang (Megawati dkk., 2021). Sebagaimana diketahui bahwa jasa pengiriman saat ini banyak dibutuhkan

manusia, mengingat manusia sejatinya adalah makhluk sosial yang membutuhkan bantuan pihak lain untuk dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya sendiri dengan bantuan pihak lain.

*Cash on delivery* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli (Tedjakusuma dkk., 2020). Mekanisme seperti ini dalam Islam dikenal dengan istilah wakalah yang berfungsi untuk memberikan kemudahan kepada pihak-pihak yang akan melakukan suatu pekerjaan namun dia tidak bisa melakukannya secara langsung, yakni dengan cara mewakilkan atau memberi kuasa kepada orang lain untuk bertindak atas nama sang pemberi kuasa. Akad wakalah merupakan akad pemberian kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa oleh satu pihak (muwakkil) kepada pihak lain (wakil) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan (Azis dkk., 2020).

Perwakilan yang dimaksud pada layanan jasa ekspedisi adalah ketika seorang pembeli memilih metode pembayaran COD melalui jasa ekspedisi secara otomatis penjual mewakili pembeli untuk memproses pembayaran. Penjual akan memberikan kuasa penuh kepada kantor jasa ekspedisi untuk mewakili dirinya dalam hal pengiriman barang dagangannya sampai kepada pembeli. Satu pihak menjadi wakil dari pihak lain untuk melakukan suatu urusan atau pekerjaan yang dikenal dengan akad wakalah sehingga dapat dikatakan bahwa layanan jasa ekspedisi adalah penyedia jasa yang berorientasi kepada usaha atau pekerjaan, maka dalam hal ini wakil dari pelanggan (kantor jasa ekspedisi), tentunya akan meminta upah (ujrah) atas pekerjaan yang diserahkan kepadanya (Azis dkk., 2020).

Pengguna jasa pengiriman barang yang memilih layanan pembayaran *cash on delivery*, bagi pembeli akan diberikan hak khiyar atau kelelahan memeriksa barang yang dipesan untuk menghindari cacat atau kemungkinan ada *retur* (pengembalian barang karena rusak). Khiyar adalah hak pilih bagi salah satu atau dua belah pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang disepakati sesuai

dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi (Hasan, 2018; 39).

Dalam pandangan islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, maka sebuah perusahaan jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan: (Desiana & Afrianty, 2017)

1. Sifat jujur

Sifat jujur digunakan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat baik oleh pembuat, pengantar, maupun pembeli. Hal ini harus senantiasa terjaga karena dapat mengindikasikan bahwa seseorang atau perusahaan tersebut berkompeten dan profesional dalam menjalankan operasionalnya sehingga dapat menarik minat konsumen.

2. Sifat amanah

Baik buruknya perilaku bisnis dalam usaha menentukan sukses ataupun gagalnya bisnis yang dijalankan, sehingga suatu perusahaan harus bisa menjaga kepercayaan konsumennya. Amanah atau bisa dimaknai dapat dipercaya merupakan keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Seorang pelaku bisnis/perusahaan harus senantiasa menjaga amanah yang dipercayakan kepada pelaku bisnis/perusahaan.

3. Benar

Dalam melakukan kegiatan usaha harus selalu dilakukan dengan teliti dan benar. Perusahaan harus dapat bekerjasama dengan baik dan benar kepada pelaku bisnis dan konsumen. Perusahaan yang baik dapat membawa nama perusahaan ke tingkat yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dalam memberikan pelayanan perusahaan harus mempersiapkan strategi pemasaran yang benar.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa *pick up delivery*, *cash on delivery*, dan kepuasan pelanggan ada keterkaitannya dalam islam. Hal ini dikarenakan pemenuhan kebutuhan manusia yang beragam tidak bisa diproduksi sendiri oleh yang bersangkutan, akan tetapi saling membutuhkan satu sama lain sehingga terjadi interaksi dengan sesama (Munib, 2018).



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada sampel atau populasi tertentu, pengumpulan data memakai instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2013: 16-17). Tujuannya yakni untuk melakukan uji pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan studi kasus pada pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### 1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

##### 2. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dimulai sejak bulan Juni 2022 sampai dengan bulan September 2022.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### 1. Populasi

Populasi dapat dimaknai sebagai keseluruhan objek/subjek yang dijadikan sebagai sumber data dalam suatu penelitian dengan ciri-ciri seperti orang, benda, kejadian, waktu, dan tempat dengan sifat atau ciri-ciri yang sama (Sugiyono, 2013: 126).

Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga selama periode 2021 yang diambil berdasarkan rata-rata perbulan. Data jumlah pengiriman barang di PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) pada tahun 2021 berjumlah 177.690 dengan rata-rata perbulannya berjumlah 14.808, sehingga untuk populasi penelitiannya berdasarkan data tersebut berjumlah 14.808. Data pelanggan tersebut didapatkan

berdasarkan informasi dari bagian administrasi PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data (Sugiyono, 2013: 127). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap item dalam populasi tidak memberikan kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2020: 131). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana dalam menggunakan sampel perlu pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020: 133).

Penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada perhitungan rumus slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 5% = 0,05

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 14.808 responden, dan *sampling error*nya 5%. Jadi untuk perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{14808}{1+14808(0,05)^2}$$

$$n = \frac{14808}{1+14808(0,0025)}$$

$$n = \frac{14808}{1+37.02}$$

$$n = \frac{14808}{38,02}$$

$$n = 389,5$$

Bersumber dari perhitungan tersebut, maka sampel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 389,5 dan dibulatkan menjadi 390 responden pengguna jasa pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

##### **1. Variabel Penelitian**

Variabel adalah konsep yang mempunyai nilai yang bervariasi yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya bervariasi (Sugiyono, 2013: 67). Variabel terdiri atas variabel independen dan variabel dependen.

##### **1) Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013: 69). Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2).

##### **2) Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013: 69). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

##### **b. Indikator Penelitian**

Indikator didefinisikan sebagai variabel-variabel penelitian yang dapat menunjukkan ataupun mengindikasikan kepada penggunanya tentang sesuatu kondisi tertentu sehingga dapat digunakan untuk mengukur perubahan yang terjadi.

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian**

Variabel dan Definisi	Indikator	Item
<p><i>Pick Up Delivery (X1)</i></p> <p><i>Pick up delivery</i> adalah suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan juga pengantaran yang bertujuan memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Dengan adanya layanan ini konsumen tidak perlu susah payah mengantarkan atau mengambil barangnya. Layanan ini juga memberikan dorongan yang besar agar para konsumen mau melakukan transaksi (Hadid Habibi, 2021).</p>	<p>1. <i>Delivery time</i> (Waktu Pengiriman)</p> <p>2. <i>Delivery flexibility</i> (Fleksibilitas pengiriman)</p> <p>3. <i>Delivery accuracy</i> (Akurasi Pengiriman)</p> <p>4. <i>Stock service</i> (Layanan stok)</p> <p>5. <i>After sales service</i> (Layanan purna jual)</p> <p>6. <i>Order management</i> (Manajemen pesanan)</p> <p>7. <i>Marketing and communication</i> (Pemasaran dan Komunikasi)</p> <p>8. <i>E-Information</i> (Informasi elektronik) (Hadid Habibi, 2021)</p>	<p>1. <i>Pick up delivery</i> tepat waktu dalam pengiriman</p> <p>2. <i>Pick up delivery</i> membuat pengiriman menjadi fleksibel dan mudah</p> <p>3. <i>Data pick up delivery</i> sangat akurat</p> <p>4. Layanan dalam <i>pick up delivery</i> dapat dijangkau ke semua wilayah</p> <p>5. Pelanggan tetap bertahan walaupun ditengah-tengah banyaknya jasa pengiriman lain</p> <p>6. Pelayanan <i>pick up delivery</i> selalu diterima tanpa minimum pesanan</p> <p>7. Sistem pemasaran dan komunikasi yang <i>up to date</i> sehingga pelanggan tidak ketinggalan informasi</p> <p>8. Informasi yang mudah didapat baik dari aplikasi TIKI maupun</p>

		aplikasi media sosial lainnya.
<p><i>Cash On Delivery</i> (X2)</p> <p><i>Cash on delivery</i> (COD) merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh Pembeli. Transaksi <i>online</i> yang menggunakan metode pembayaran <i>cash on delivery</i> (COD) berperan penting dalam meningkatkan intensitas transaksi elektronik di Indonesia hal ini disebabkan metode pembayaran COD dapat menjangkau konsumen yang belum memiliki rekening bank atau dompet digital lainnya, serta dapat meminimalisir indikasi praktik penipuan yang sering terjadi. (Barkatullah, 2017: 85)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan pelayanan</li> <li>2. Efektifitas</li> <li>3. Keamanan</li> <li>4. Kemudahan</li> </ol> <p>(Lutfianisa, 2021)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem pelayanan COD yang dilakukan sangat baik, tepat, dan fleksibel sehingga dapat membuat konsumen menjadi puas</li> <li>2. Sistem pelayanan COD sangat efektif, efisien, dan dapat menghemat waktu</li> <li>3. Sistem COD dapat membuat terhindar dari penipuan</li> <li>4. Sistem COD memberikan kemudahan bertransaksi dalam pengiriman barang</li> </ol>
<p>Kepuasan Pelanggan (Y1)</p> <p>Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dikatakan memuaskan bila</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Re-purchase</i> (Membeli Kembali)</li> <li>2. Menciptakan <i>Word of Mouth</i> (Merekomendasikan kepada orang lain)</li> <li>3. Menciptakan citra</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan adanya layanan <i>pick up delivery</i> dan <i>cash on delivery</i> membuat pelanggan akan tetap menggunakan jasa pengiriman barang TIKI secara terus-</li> </ol>

<p>pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Upaya untuk memuaskan pelanggan diperlukan untuk bertahan di tengah persaingan, memperbesar pangsa pasar dan menambah pelanggan (Martua &amp; Djati, 2018)</p>	<p>merek 4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama (Daga, 2017; 81-82)</p>	<p>menerus 2. Merekomendasikan kepada orang lain tentang layanan <i>pick up delivery</i> dan <i>cash on delivery</i> jasa pengiriman barang TIKI 3. Tidak memperhatikan jasa pengiriman lain 4. Menggunakan produk/layanan lain yang ada pada jasa pengiriman TIKI</p>
--	---	--

## E. Pengumpulan Data Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

#### a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dikehendaki guna melaksanakan pengamatan dari berbagai macam kejadian/suasana/keadaan yang sedang terjadi (Sugiyono, 2013: 203). Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan mengamati objek penelitian yaitu *pick up delivery* dan *cash on delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

#### b. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilaksanakan menggunakan cara memberikan beberapa pertanyaan ataupun statemen tertulis kepada responden untuk mereka jawab

(Sugiyono, 2013: 199). Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) yang menggunakan jasa pengiriman barang.

Penelitian ini menggunakan *skala likert*. *Skala likert* merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2013: 145). Pada umumnya, skala likert mengandung pilihan jawaban seperti:

- a. Sangat Setuju (SS) mendapat nilai 5
  - b. Setuju (S) mendapat nilai 4
  - c. Ragu-ragu (RR) mendapat nilai 3
  - d. Tidak Setuju (TS) mendapat nilai 2
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat nilai 1
- c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang mengenai suatu yang telah terjadi (Sugiyono, 2013: 314). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-*copy* dokumen yang ada dilokasi penelitian serta dengan membaca literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama. Penelitian ini menggunakan data primer seperti kuesioner pada pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI), dan data jumlah pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung atau dari sumber lain yang tersedia sebelum adanya penelitian. Data sekunder yang digunakan penelitian ini yaitu tentang *pick up delivery*, *cash on delivery*, dan kepuasan pelanggan yang diperoleh dari buku dan jurnal-jurnal penelitian.

### F. Analisis Data Penelitian

Untuk mengolah data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, penulis menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan uji statistik yaitu:

#### 1. Uji Keabsahan Data

##### a. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur mampu melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas adalah proses uji yang dilakukan untuk mengetahui kecermatan sebuah pertanyaan dalam pengukuran variabel. Sebuah pertanyaan dapat dikatakan valid jika sanggup melaksanakan pengukuran sesuai dengan ketentuan. Pengujian validitas bisa dilaksanakan menggunakan korelasi *product moment*, yaitu dengan cara menghubungkan nilai tiap-tiap pertanyaan dengan nilai total. Nilai total yaitu nilai yang didapat dengan cara menjumlahkan nilai item untuk instrumen tersebut (Sugiyono, 2013: 364). Adapun kriteria dari pengujian validitas yaitu:

- 1) Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui tingkat keyakinan atau kehandalan sebuah pertanyaan dalam sebuah pengukuran variabel yang diteliti. Instrument

penelitian dapat memiliki kehandalan yang tinggi apabila dalam pengujian tersebut menunjukkan hasil yang senantiasa tetap dan tidak berubah-ubah (Sugiyono, 2013: 364). Instrumen yang dikatakan *reliable* yaitu ketika nilai *cronbach's alpha* > nilai alpha (*cronbach's alpha* > 0,60) (Hendradewi dkk., 2021).

## 2. Uji Asumsi Klasik

Analisis data yang wajib dibuat guna menjadi syarat untuk keperluan pengujian hipotesis dengan memakai teknik analisis sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji nilai residual terstandarisasi dari model regresi itu dapat berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai residu yang dinormalisasi terutama mendekati rata-rata, maka nilai residu tersebut merupakan distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* merupakan uji yang menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Jika  $K_{hitung} < K_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$  (0,05), maka nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal (Suliyanto, 2011: 69).

### b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian dari variabel yang tidak sama (konstan) dalam model regresi. Sebaliknya, jika dalam model regresi memiliki varian variabel yang sama (konstan), dapat dianggap homoskedastisitas, hal inilah yang diharapkan dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan metode *glejser*, metode tersebut dapat dilakukan dengan meregresikan semua variabel independen terhadap nilai mutlak residual. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ( $Sig. > 0,05$ ), maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (Suliyanto, 2011: 95).

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi yang dihasilkan memiliki korelasi yang tinggi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Jika model regresi yang dihasilkan menunjukkan terdapat korelasi antara variabel bebas, maka model regresi yang dihasilkan dinyatakan mengandung gejala multikolinier. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Apabila nilai  $VIF < 10$ , maka model tidak mengalami gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011: 81).

### d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi memiliki tujuan guna ada atau tidaknya korelasi, hal ini dapat diukur dari besaran *Durbin Watson* (DW). Apabila angka D-W dibawah -2 berarti terdapat autokorelasi. Apabila angka D-W diantara -2 hingga +2 berarti tidak terdapat autokorelasi. Serta apabila angka D-W diatas +2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

## 3. Analisis Data

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan guna mencari keterkaitan antara pengaruh *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Adapun model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

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

Penjelasan:

Y : Kepuasan pelanggan

A : Konstanta regresi

b1 b2 : Koefisien regresi

X1 : *Pick Up Delivery*

X2 : *Cash On Delivery*

e : *Error*

b. Uji-t

Uji t mempunyai tujuan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai t-hitung variabel bebas lebih besar dari nilai t-tabel ( $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ), maka variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen (Suliyanto, 2011: 62). Berikut merupakan hipotesis penelitian dari uji t dalam penelitian ini yaitu:

- 1) H1 : *Pick up delivery* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 2) H2 : *Cash on delivery* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 3) H3 : *Pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Adapun kriteria uji-t yaitu:

Hipotesis diterima jika:  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , dan  $\text{sig.} < 0,05$

Hipotesis ditolak jika:  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , dan  $\text{sig.} > 0,05$

c. Uji Statistik F/ ANOVA

Uji F bertujuan agar mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y). Jika  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  artinya semua variabel independen mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hipotesis penelitian dalam uji f atau simultan ini yaitu:

- 1) H3 : *Pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang.

Adapun kriteria uji f yaitu:

Hipotesis diterima jika:  $f\text{ hitung} > f\text{ tabel}$ , dan  $\text{sig.} < 0,05$

Hipotesis ditolak jika:  $f\text{ hitung} < f\text{ tabel}$ , dan  $\text{sig.} > 0,05$

#### d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mempunyai tujuan agar dapat mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat secara bersama-sama. *Adjusted R Square* adalah koefisien determinasi yang disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terdapat penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel (Suliyanto, 2011: 59).



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)**

##### **1. Sejarah PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)**

PT. Cita Van Titipan Kilat (TIKI) menjadi salah satu perusahaan jasa pengiriman terkemuka di Indonesia, berdiri pertama kali di Jakarta pada tahun 1970 dan merupakan perusahaan jasa pengiriman swasta tertua di Indonesia (TIKI, 2022). Hingga saat ini, PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki jaringan operasional yang meliputi 65 kota besar di Indonesia yang didukung oleh lebih dari 500 kantor perwakilan, lebih dari 3700 gerai dan lebih dari 6000 karyawan di seluruh Indonesia.

Produk dan pelayanan TIKI telah diakui dan meraih berbagai penghargaan meliputi Superbrands Indonesia 2017 dari Superbrands Indonesia, *Netizen Courier Service Choice* 2017 dari Majalah Warta Ekonomi, *Top Brand Award* dari Frontier dan Majalah *Marketing*, *Service Quality Award 2016* dari *Service Excellence*, Pertama di Indonesia TIKI *Self Service Machine* dari *Tras n Co*, *Indonesia Digital Popular Brand Award 2016* dari *Tras n Co*, *Indonesia E-Commerce Brand Award 2016*, *Indonesia Wow Brand 2015* dari *Markplus*, dan *Indonesia Most Favorite Women Brand 2015* dari *MarkPlus*.

Di tahun 2018, TIKI kembali dipercaya untuk meraih penghargaan antara lain Penghargaan "*Indonesia Business Development Award 2018*" kategori "*The Best Freight Forwarding Company in Service and Customer Satisfaction of the Year 2018*" oleh *Indonesia Development Achievement Foundation*, pada Oktober 2018; *Top Brand Category: Courier Service "in recognition of outstanding achievement in building the top brand"; SQ Category : Courier "For achieving excellent total service quality satisfaction based on customer perception survey SQIndex 2018"*.

TIKI percaya bahwa eksistensi bisnisnya tidak terlepas dari dukungan dan kepercayaan dari masyarakat. TIKI sangat mendukung

UMKM di Indonesia dan turut mengembangkan kapabilitas pelaku bisnis dengan berbagi pengalaman terkait pengelolaan sistem distribusi. TIKI berkolaborasi dengan mitra keagenannya dan *marketplace* untuk memberikan pembekalan bagi UMKM. TIKI memiliki komitmen untuk menjalankan tanggung jawab perusahaan yang difokuskan pada dua area yaitu pendidikan dan bidang sosial.

2. Visi dan Misi PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)

a. Visi

Menjadikan TIKI sebagai salah satu perusahaan yang terbaik dalam jasa pengiriman dan logistik dengan melayani kebutuhan dan kepentingan pelanggan secara optimal sehingga dikenal di Indonesia dan Internasional.

b. Misi

Bekerja giat secara profesional, jujur, bertanggung jawab dengan penuh keyakinan dan dedikasi tinggi untuk selalu menjadi yang terbaik.

3. Budaya Perusahaan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)

a. Amanah

Amanah yaitu bisa dipercaya dalam melaksanakan tugas dengan jujur dan penuh tanggung jawab.

b. Komunikasi

Komunikasi yaitu menyampaikan dan menerima informasi dalam rangka menyampaikan persepsi.

c. Komitmen

Komitmen yaitu kesungguhan dalam melaksanakan kesepakatan.

d. Kerjasama

Kerjasama yaitu interaksi yang saling menghargai untuk mencapai tujuan perusahaan.

e. Pikiran Terbuka

Pikiran terbuka yaitu menerima perbedaan untuk perbaikan

## B. Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 390 responden. Adapun kriteria responden dapat dijelaskan dari beberapa kategori yang meliputi: Jenis kelamin, Usia, Pendidikan terakhir, Status Perkawinan, Penghasilan Perbulan, Pengeluaran Perbulan dan Pekerjaan. Hasil analisis deskriptif karakteristik responden adalah sebagai berikut:

### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase (100%)
Laki-laki	228	58,5%
Perempuan	162	41,5%
Total	390	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 228 orang (58,5%) dan perempuan berjumlah 162 orang (41,5%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh laki-laki dengan jumlah 228 orang sebesar 58,5%.

### 2. Responden Berdasarkan Usia

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan usia sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Prosentase (100%)
< 20 Tahun	18	4,6%
20-30 Tahun	250	64,1%
30-40 Tahun	98	25,1%
> 40 Tahun	24	6,2%
Total	390	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia kurang dari 20 tahun berjumlah 18 orang (4,6%), usia 20-30 tahun berjumlah 250 orang (64,1%), usia 30-40 tahun berjumlah 98 orang (25,1%), dan usia lebih dari 40 tahun berjumlah 24 orang (6,2)%. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh usia 20-30 tahun sebesar 64,1%.

### 3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Prosentase (100%)
SD	3	0,8%
SMP	68	17,4%
SMA	244	62,6%
S1	75	19,2%
Total	390	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir SD berjumlah 3 orang (0,8%), SMP berjumlah 68 orang (17,4%). SMA berjumlah 244 orang (62,6%), dan S1 berjumlah 75 orang (19,2%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh pendidikan terakhir SMA berjumlah 244 orang sebesar 62,6%.

#### 4. Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan status perkawinan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Responden Berdasarkan Status Perkawinan**

Status Perkawinan	Frekuensi	Prosentase (100%)
Belum Menikah	220	56,4%
Sudah Menikah	170	43,6%
Total	390	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan status perkawinan belum menikah berjumlah 220 orang (56,4%) dan sudah menikah berjumlah 170 (43,6%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh status perkawinan belum menikah berjumlah 220 orang sebesar 56,4%.

#### 5. Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan penghasilan perbulan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

Penghasilan Perbulan	Frekuensi	Prosentase (100%)
< Rp.1.000.000	9	2,3%
Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000	131	33,6%
Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000	191	49%
> Rp.5.000.000	59	15,1%
Total	390	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan kurang dari Rp.1.000.000 berjumlah 9 orang (2,3%), penghasilan perbulan Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 berjumlah 131 orang (33,6), penghasilan perbulan Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 berjumlah 191 orang (49%), dan

penghasilan perbulan lebih dari Rp.5.000.000 berjumlah 59 orang (15,1%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh penghasilan perbulan Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000 berjumlah 191 orang sebesar (49%).

#### 6. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan pengeluaran perbulan sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan**

Pengeluaran Perbulan	Frekuensi	Prosentase (100%)
< Rp.1.000.000	91	23,3%
Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000	213	54,6%
Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000	46	11,8%
> Rp.5.000.000	40	10,3%
Total	390	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan kurang dari Rp.1.000.000 berjumlah 91 orang (23,3%), pengeluaran perbulan Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 berjumlah 213 orang (54,6%), pengeluaran perbulan Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 berjumlah 46 orang (11,8%), dan pengeluaran perbulan lebih dari Rp.5.000.000 berjumlah 40 orang (10,3%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh pengeluaran perbulan Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000 berjumlah 54,6%.

## 7. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase (100%)
PNS	11	2,8%
Pegawai Swasta	130	33,3%
Wirausaha	165	42,3%
Lainnya	84	21,6%
Total	390	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan PNS berjumlah 11 orang (2,8%), Pegawai Swasta berjumlah 130 orang (33,3%), Wirausaha berjumlah 165 orang (42,3%), dan pekerjaan lainnya berjumlah 84 orang (21,6%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *pick up delivery* dan *cash on delivery* pada jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga didominasi oleh pekerjaan Wirausaha berjumlah 165 orang sebesar 42,3%.

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Keabsahan Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang mengacu kepada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan data sebenarnya dalam sumber data. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *Statistical Package for Science* (SPSS). Setiap item pertanyaan dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Nilai sampelnya berjumlah 390 signifikasi 5% dan  $r$  tabelnya sebesar 0,098.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas *Pick Up Delivery***

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,880	0,098	Valid
X1.2	0,910	0,098	Valid
X1.3	0,882	0,098	Valid
X1.4	0,898	0,098	Valid
X1.5	0,894	0,098	Valid
X1.6	0,895	0,098	Valid
X1.7	0,890	0,098	Valid
X1.8	0,915	0,098	Valid

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan hasil uji validitas *pick up delivery*. Semua item pertanyaan *pick up delivery* valid karena nilai r hitung > r tabel. Hal ini dapat disimpulkan variabel *pick up delivery* dalam setiap item pertanyaan dapat diandalkan dan layak penelitian.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas *Cash On Delivery***

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,904	0,098	Valid
X2.2	0,912	0,098	Valid
X2.3	0,919	0,098	Valid
X2.4	0,890	0,098	Valid

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.9, menunjukkan hasil uji validitas *cash on delivery*. Semua item pertanyaan *cash on delivery* valid karena nilai r hitung > r tabel. Hal ini dapat disimpulkan variabel *cash on delivery* dalam setiap item pertanyaan dapat diandalkan dan layak penelitian.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,877	0,098	Valid
Y2	0,906	0,098	Valid
Y3	0,904	0,098	Valid
Y4	0,885	0,098	Valid

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan hasil uji validitas kepuasan pelanggan. Semua item pertanyaan kepuasan pelanggan valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dalam setiap item pertanyaannya dapat diandalkan dan layak penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabilitas. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbach's alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *alpha* lebih dari 0,60.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.982	16

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.11, diketahui bahwasanya nilai dari *Cronbach's alpha* sebesar 0,982 > 0,60. Sehingga kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Masing-Masing Variabel**

No.	Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	<i>Pick Up Delivery</i>	0,965	Reliabel
2.	<i>Cash On Delivery</i>	0,927	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan	0,915	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas menyatakan bahwasanya hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator atau pertanyaan dalam *pick up delivery* (X1), *cash on delivery* (X2), dan kepuasan pelanggan (Y) pada

penelitian ini dinyatakan reliabel dan bisa dilanjutkan untuk melakukan pengujian hipotesis.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji nilai residual terstandarisasi dari model regresi itu sehingga dapat berdistribusi normal ataupun tidak. Jika nilai residu yang dinormalisasi terutama mendekati rata-rata, maka nilai residu tersebut merupakan distribusi normal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dengan metode uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Uji statistik Kolmogorov-Smirnov yaitu uji yang menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Jika  $K_{hitung} < K_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  (0,05), maka nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal (Suliyanto, 2011: 69).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		390
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0833007
	Std. Deviation	2.00896548
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.040
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.148 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwasanya nilai signifikansi *Asymp.Sig* sebesar  $0,148 > 0,05$ . Artinya dapat disimpulkan

bahwasanya data tersebut berdistribusi normal dan asumsi atau persyaratan normalitas pada model sudah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melakukan pengujian apakah model dari regresi yang dihasilkan memiliki korelasi yang tinggi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Jika model regresi yang dihasilkan menunjukkan terdapat korelasi antara variabel bebas, maka model regresi yang dihasilkan dinyatakan mengandung gejala multikolinear. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Apabila nilai  $VIF < 10$ , maka model tidak mengalami gejala multikolinearitas (Suliyanto, 2011: 81).

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.120	.261		4.290	.000		
	Pick Up Delivery	-.253	.033	.520	7.611	.000	.972	1.028
	Cash On Delivery	.424	.066	.438	6.410	.000	.972	1.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.14, menyatakan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen mempunyai nilai  $VIF < 10$ , yaitu variabel *Pick Up Delivery* (X1) dan *Cash On Delivery* (X2) sebesar 1,028.

Sedangkan jika dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*), bahwasanya masing-masing variabel mempunyai nilai TOL (*Tolerance*)  $> 0,1$  yaitu *Pick Up Delivery* (X1) dan *Cash On Delivery* (X2) sebesar 0,972.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi yang digunakan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan varian dari variabel yang tidak sama (konstan) dalam model regresi. Sebaliknya, jika dalam model regresi memiliki varian variabel yang sama (konstan), dapat dianggap homoskedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan metode Glejser, metode tersebut dapat dilakukan dengan cara meregresikan semua variabel independen terhadap nilai mutlak residual. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0,05), maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  (Suliyanto, 2011: 95).

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.859	.526		5.431	.000
Pick Up Delivery	-.022	.012	-.093	-1.809	.071
Cash On Delivery	-.036	.026	-.071	-1.381	.168

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah SPSS

Tabel diatas, menyatakan bahwa dari masing-masing variabel mempunyai signifikansi > 0,05 yaitu dari variabel *Pick Up Delivery* (X1) sebesar 0,071 dan *Cash On Delivery* sebesar 0,168. Sehingga bisa disimpulkan bahwasanya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam regresi linear sederhana maupun berganda. Bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korekasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah

regresi yang bebas dari gejala autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi durbin Watson:

- 1)  $D < DL$  atau  $D > 4-DL$ , terjadi autokorelasi
- 2)  $DU < D < 4-DU$ , tidak terjadi autokorelasi
- 3)  $DL < D < DU$  atau  $DU < D < 4-DL$ , tidak ada kesimpulan

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.952 <sup>a</sup>	.906	.905	.779	1.860

a. Predictors: (Constant), Cash On Delivery, Pick Up Delivery

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS

N	D	DL	DU	4-DL	4-DU
390	1,860	1,828	1,838	2,172	2,162

Hasil =  $DU < D < 4-DU$

$$= 1,838 < 1,860 < 2,162$$

Berdasarkan hasil uji autokorelasi tersebut menunjukkan bahwa dalam regresi linear berganda antara variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian yang akan dilakukan dengan uji analisis regresi linear berganda mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Persamaan dari regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + E$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan (Variabel dependen)

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi untuk X1

b2 : Koefisien regresi untuk X2

X1 : *Pick Up Delivery* (Variabel independen)

X2 : *Cash On Delivery* (Variabel independen)

E : Standar Error

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.120	.261		4.290	.000
PICK UP DELIVERY	.253	.033	.520	7.611	.000
CASH ON DELIVERY	.424	.066	.438	6.410	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dibentuk persamaan regresi linear berganda antar variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu  $Y = 1,120 + 0,253X1 + 0,424X2 + e$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diuraikan penjelasan yaitu:

- 1) Persamaan regresi  $Y = 1,120 + 0,253X1 + 0,424X2 + e$  menyatakan bahwasanya nilai bilangan konstanta bernilai positif dengan arti bila variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Y) akan sebesar 1,120.

- 2)  $b_1 = 0,253$  artinya koefisien dari variabel *pick up delivery* (X1) bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) atau juga bisa diartikan bahwa variabel *pick up delivery* (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwasanya jika setiap variabel *pick up delivery* (X1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,253 dengan asumsi variabel lainnya dianggap sebagai konstanta.
- 3)  $b_2 = 0,424$  artinya nilai koefisien dari variabel *cash on delivery* (X2) bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) atau juga dapat diartikan bahwa variabel *cash on delivery* (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). hal ini dapat diambil kesimpulan bahwasanya jika setiap variabel *cash on delivery* (X2) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,424 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstanta.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Pengaruh dapat dilihat dari t hitung. Jika t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh secara parsial variabel X terhadap variabel Y. Kriteria uji hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka  $H_a$  diterima
- 2) Jika tingkat signifikansi > 0,05 atau r hitung < r tabel, maka  $H_o$  diterima.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.120	.261		4.290	.000
Pick Up Delivery	.253	.033	.520	7.611	.000
Cash On Delivery	.424	.066	.438	6.410	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa t hitung *pick up delivery* (X1) sebesar 7,611 dan *cash on delivery* (X2) sebesar 6,410 sedangkan t-tabel nya sebesar 1,966. Maka nilai t-hitung > t-tabel dan nilai sig < 0,05. Maka terdapat pengaruh secara parsial antara masing-masing variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

c. Uji Statistik F

Uji statistik F diuji simultan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan F hitung > F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
- 2) Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142.663	2	71.332	17.712	.000 <sup>b</sup>
Residual	1558.580	387	4.027		
Total	1701.244	389			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Cash On Delivery, Pick Up Delivery

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa f-hitung sebesar 17,712 sedangkan f-tabel ( $df=a; (k-1), (n-k)$ ) sebesar 3,86 Hal ini dapat diartikan bahwa  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  ( $17,712 > 3,86$ ) atau sig. kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) yang artinya bahwa *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian berdasarkan kriteria pengambilan keputusan hipotesis, maka hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mempunyai tujuan agar dapat mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat secara bersama-sama. *Adjusted R Square* adalah koefisien determinasi yang disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terdapat penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel (Suliyanto, 2011: 59).

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.952 <sup>a</sup>	.906	.905	.779

a. Predictors: (Constant), Cash On Delivery, Pick Up Delivery

Sumber: Data diolah SPSS

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwasanya nilai Adjusted R Square sebesar 0,905 (90,6%) artinya variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) dapat mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 90,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka penjelasan dari pengaruh masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh *pick up delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwasanya variabel bebas *pick up delivery* (X1) berpengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai t-hitung sebesar 7,611 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $7,611 > 1,966$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya  $H_1$  diterima yang berarti variabel *pick up delivery* (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya variabel *pick up delivery* (X1) mempunyai hasil berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwasanya *pick up delivery* (X1) menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa *pick up delivery* merupakan bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan pengantaran. Dengan adanya perkembangan bisnis yang semakin pesat membuat semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk layanan yang beragam. Layanan *pick up delivery* digunakan sebagai suatu layanan yang dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pengiriman barang. Dengan demikian, *pick up delivery* dapat menjadi salah satu faktor penentu yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwasanya teori ini merupakan studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan

menempatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler dan Keller, 2008: 214). Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan layanan) guna membeli barang-barang atau jasa yang berhubungan dengan konsumsi. Variabel *pick up delivery* dalam penelitian ini juga merupakan bentuk dari layanan jasa yang dapat dimanfaatkan oleh pelanggan. Dalam teori perilaku konsumen menunjukkan bahwasanya layanan *pick up delivery* dalam jasa pengiriman dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Habibi dan Mardhiyah tahun 2021 dengan judul Analisis Penerapan Layanan *Pick Up And Delivery* terhadap loyalitas konsumen (Studi pada cuci sepatu medan) yang menyatakan bahwasanya pengaruh layanan *pick up and delivery* bernilai positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

2. **Pengaruh *cash on delivery* terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga**

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasanya variabel bebas *cash on delivery* (X1) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,410 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $6,410 > 1,966$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya  $H_2$  diterima yang berarti variabel *cash on delivery* (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya variabel *cash on delivery* (X2) mempunyai hasil berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

(Y). Dimana *cash on delivery* (X2) dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil tersebut didukung oleh hasil kuesioner yang dapat disimpulkan bahwasanya *cash on delivery* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli sehingga metode pembayaran *cash on delivery* dapat menjadi alternatif untuk menjangkau kalangan konsumen yang kesulitan menggunakan pembayaran secara *online*. *Cash on delivery* juga dapat memberikan faktor keamanan bagi pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang. Dengan adanya perkembangan bisnis yang semakin pesat membuat semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk layanan yang beragam. Adanya *cash on delivery* dapat memberikan nilai positif dan peluang yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, *cash on delivery* dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwasanya teori ini merupakan proses dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual, kelompok, dan anggota masyarakat yang terus-menerus mengalami perubahan (Silviasari, 2020). Konsumen lebih memilih untuk menggunakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan sehingga konsumen merasa puas. Selain itu, konsumen juga lebih memilih agar produk atau jasa yang digunakan aman dan terhindar dari resiko penipuan. Variabel *cash on delivery* dalam penelitian ini merupakan bentuk dari layanan jasa yang memiliki tingkat keamanan yang tinggi karena konsumen dapat melakukan pembayaran saat barang sampai ditempat sehingga konsumen dapat terhindar dari penipuan. Dalam teori perilaku konsumen menunjukkan bahwasanya layanan *cash on delivery* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Wijaya Kesuma Dewi dan Oktalia Utami tahun 2019 dengan judul Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna *E-commerce* Shopee Pada Fitur COD (*Cash On Delivery*) yang menyatakan

bahwasanya fitur *cash on delivery* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna aplikasi shopee.

3. **Pengaruh *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang pada pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga**

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasanya variabel bebas *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai f-hitung sebesar 17,712 yang menunjukkan bahwa nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel ( $17,712 > 3,86$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwasanya  $H_3$  diterima yang berarti variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil tersebut didukung oleh hasil kuesioner responden tentang variabel penelitian *pick up delivery* yang menunjukkan bahwasanya *pick up delivery* merupakan suatu bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan juga pengantaran yang bertujuan memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Sedangkan hasil kuesioner responden tentang variabel *cash on delivery* menunjukkan bahwasanya *cash on delivery* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli sehingga metode pembayaran *cash on delivery* dapat menjadi alternatif untuk menjangkau semua kalangan konsumen yang kesulitan menggunakan pembayaran secara *online*. Oleh karena itu, semakin banyak orang yang menggunakan *pick up delivery* dan *cash on delivery*, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan dan adanya *pick up delivery*

dan *cash on delivery* dapat memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya variabel *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana variabel *pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat menjadi faktor penentu yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwasanya teori ini menggambarkan tentang tindakan seseorang terhadap sebuah produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan dalam diri seseorang (Habibi & Mardhiyah, 2021). Konsumen akan merasa puas apabila keinginan mereka terpenuhi. Hal itu dapat dilihat dari kegiatan yang dilakukan oleh konsumen saat menggunakan produk atau jasa. Variabel *pick up delivery* dan *cash on delivery* dalam penelitian ini merupakan bentuk dari layanan jasa yang dapat memberikan kemudahan, keamanan, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang. *Pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat menjangkau konsumen secara luas sehingga konsumen tidak perlu pergi ke suatu tempat untuk mengirimkan barang. Selain itu sistem pembayaran yang dilakukan juga dapat dilakukan dengan mudah. *Pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat dijadikan sebagai pilihan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam teori perilaku konsumen menunjukkan bahwasanya layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Majid, dkk tahun 2019 yang berjudul Pengaruh *Free Pick Up Service* dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Kantor POS Lumajang) yang menyatakan bahwasanya *free pick up service* dan *cash on delivery* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang.

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,905 (90,5%) artinya variabel *pick up delivery* (X1) dan *cash on delivery* (X2) dapat mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 90,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.



## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Pick up delivery* berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari uji-t, diperoleh nilai t-hitung sebesar 7,611 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $7,611 > 1,966$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga menunjukkan bahwasanya  $H_1$  diterima yang berarti variabel *pick up delivery* berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan *pick up delivery* merupakan bentuk layanan khusus yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk layanan penjemputan dan pengantaran yang bertujuan memudahkan konsumen dalam bertransaksi.
2. *Cash on delivery* berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari uji-t, diperoleh nilai t-hitung sebesar 6,410 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $6,410 > 1,966$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga menunjukkan bahwasanya  $H_2$  diterima yang berarti variabel *cash on delivery* berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini disebabkan *cash on delivery* merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat, setelah pesanan dari kurir diterima oleh pembeli sehingga metode pembayaran *cash on delivery* dapat menjadi alternatif untuk menjangkau semua konsumen yang kesulitan menggunakan pembayaran secara *online*.
3. *Pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari uji-f, diperoleh nilai f-hitung sebesar 17,712 yang menunjukkan bahwa nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel ( $17,712 > 3,86$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga menunjukkan bahwasanya  $H_3$  diterima yang berarti variabel *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara simultan

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin banyak orang yang menggunakan *pick up delivery* dan *cash on delivery*, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelayanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat memberikan keamanan, efektivitas, efisiensi dan tanggung jawab dalam menangani setiap pengiriman barang.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)

Pihak perusahaan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan hendaknya meningkatkan pelayanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* seperti menambah kurir ataupun armada transportasi sehingga layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* dapat dilakukan dengan cepat dan tepat karena variabel *pick up delivery* dan *cash on delivery* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Bagi Pelanggan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga

Pelanggan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga hendaknya lebih memanfaatkan layanan *pick up delivery* dan *cash on delivery* yang ada di PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga dengan cara memperbanyak pengiriman barang karena dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan yang dihasilkan melalui proses jual beli barang.

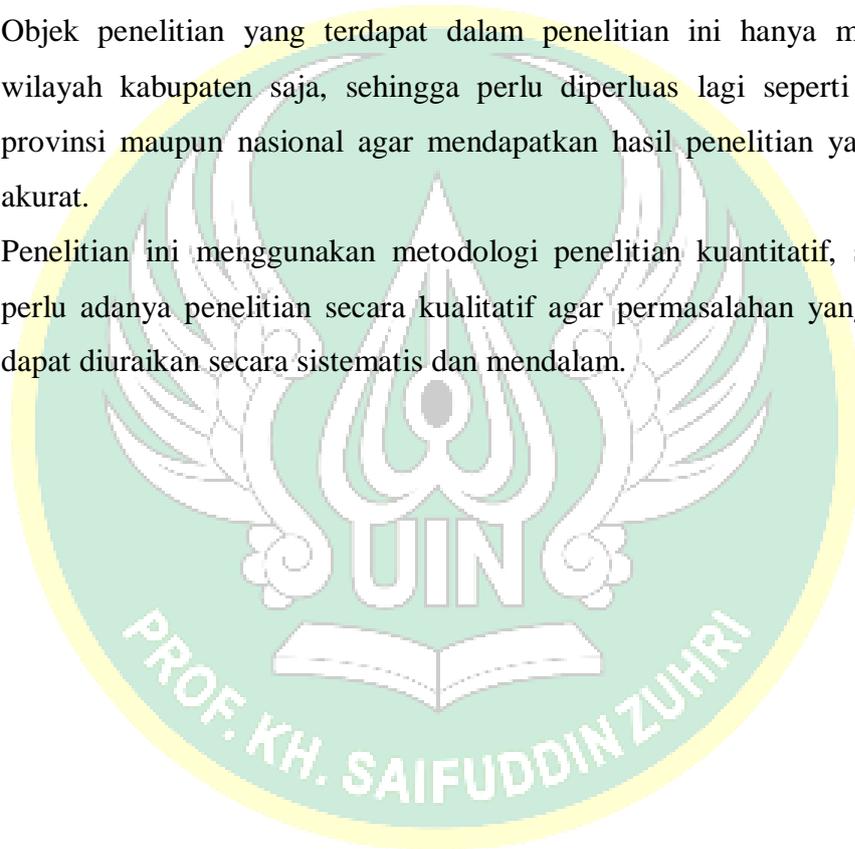
### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan topik permasalahan dan data penelitian terbaru agar sesuai dengan perkembangan zaman.

### C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan atau kekurangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *pick up delivery* dan *cash on delivery* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan masih terdapat variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang seperti faktor ongkos kirim dan jangka waktu pengiriman.
2. Objek penelitian yang terdapat dalam penelitian ini hanya mencakup wilayah kabupaten saja, sehingga perlu diperluas lagi seperti wilayah provinsi maupun nasional agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.
3. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, sehingga perlu adanya penelitian secara kualitatif agar permasalahan yang diteliti dapat diuraikan secara sistematis dan mendalam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Kurniawan, W. Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Agustin, R. P., Yuliyana, W., Sunarsi, D., & Nurjaya. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada Word of Mouth Jasa. *Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 186–190.
- Anggraeni, T. R. I. S. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Ahas 12658 Crystan Motor Surabaya. *Aplikasi Administrasi*, 18(2), 69–81.
- Aprilianto, R. (2016). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko BNJ Elektronik Kota Lubuklinggau. *Buletin Bisnis dan Manajemen*, 02(01), 41–63.
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja ( Studi Kasus : PT . OASIS Water International Cabang Palembang ). *sistem dan manajemen industri*, 1(2), 68–72.
- Avriyanti, S. (2019). Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0 (Studi Pada Ukm Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 4(1), 82–99.
- Azis, A., Muslim, M. B., & Hidayah, N. (2020). Akad Wakalah Menjadi Penyebab Pembiayaan Murabahah Bergeser Dari Transaksi Jual Beli Menjadi Transaksi Jasa. *Kordinat: Jurnal Komunikasi antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 19(2), 233–246. <https://doi.org/10.15408/kordinat.v19i2.18898>
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). pengaruh penetapan harga dan promosi terhadap tingkat penjualan tiket pada PS A Mihin Lanka Airlines. *Ilman*, 4(1), 33–46.
- Barkatullah, A. (2017). *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce Di Indonesia*. Bandung: Nusa Media.
- Bohalima, S., Pristiyono, & Hanum, F. (2022). Implementasi Metode Pembayaran Cash On Delivery Melalui Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi TikTok. *Journal Of Education and Language Research*, 1(12), 2193–2206.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Desiana, R., & Afrianty, N. (2017). Landasan Etika Ekonomi Islam. *Al Intaj*, 3(1), 119–135.
- Djazuli, A. (2007). *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fendira Lutfianisa, A. M. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Antara Cash On Delivery Dengan Keputusan Pembelian Di Sosial Media Facebook. *Economic, Business, and Accounting*, 517-522.
- Firdaus, Rahardian & Hendratami, Achsan. (2019). Solusi Pembiayaan UMKM Dengan Peer To Peerlending Syariah. *Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(8), 1660-1673.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish .
- Habibi, H., & Mardhiyah, A. (2021). Analisa Penerapan Layanan Pickup And Delivery Terhadap Loyalitas Konsumen ( Studi Pada Cuci Sepatu Medan ). *Jurnal Publik Reform*, 8(X), 51–68. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jupublik/article/view/1472/1279>
- Haroen, N. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Huda, Q. (2011). *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Teras.
- Indah, Y. R., & Suryoko, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor Pos Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Itang, & Daenuri, A. (2017). sistem ekonomi kapitalis, sosialis dan islam. *Keislaman, Kemasyarakatan & Budaya*, 18(1), 67–91.
- Kartika, C., Hidayat, F., & Krinala, E. (2019). Pengaruh Relationship Marketing, Komunikasi Pemasaran Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Perilaku Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Vasa Hotel Surabaya. *Academia*, 6(02), 1–14. <https://doi.org/10.30996/jmm17.v6i02.2992>
- Lestari, D., & Pratomo, D. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Cash On Delivery (cod) Menggunakan Metode Delone And Mclean (studi Kasus Pada Aplikasi .... *eProceedings* ..., 8(6), 8178–8184. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17007%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17007/16722>
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 64–81.
- Lutfianisa, F. (2021). Analisis kepercayaan konsumen dalam memediasi hubungan antara cash on delivery dengan keputusan pembelian di sosial media facebook. *economic, business and accounting*, 5(1), 517–522.
- Madjid, S. (2018). Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah. *Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 14–28.
- Majid, A. M., Jariah, A., & Hidayat, Z. (2019). Peranan Free Pick Up Service Dan Cash On Delivery Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Barang Di PT . Pos Indonesia ( Persero ) Lumajang. *Progress Conference*, 2(1), 446–451.
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Martini, R., Omega, B., & Faridah. (2020). Analisis Financial Distress pada PT Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 4(2), 169–174.
- Martua, C., & Djati, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Ab Cargo. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, dan UMKM*, 1(1), 10–18.

- Maulana, A. S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ekonomi*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Megawati, S., Sanusi, T., & ... (2021). Analisis Fikih Muamalah Terhadap Jasa Titip Beli Online. *El-Iqtishady*, 3(1), 53–65. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/22141%0Ahttps://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/22141/11758>
- Mukhlis, M. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i1.50>
- Munib, A. (2018). Hukum Islam Danmuamalah (Asas-asas hukum Islam dalam bidang muamalah). *Al-Ulum : Jurnal Penelitian dan Pemikiran Ke Islaman*, 5(1), 72–80. <https://doi.org/10.31102/alulum.5.1.2018.72-80>
- Nabil Abduh, A., Chelsea Mutiara, P., & Dinda, Y. (2022). Evaluasi Sistem Cash On Delivery : Demi Meningkatkan Kepastian Hukum Dalam Perkembangan Transaksi Elektronik DI Indonesia Evaluation Of Cash On Delivery System For Improvung Legal Certainty In The Development Of The Electronic Transactions In Indonesia. *IPMHI law journal*, 2(2), 251–264. [file:///E:/jurnal seminar proposal/jurnal fix/COD/55074-Article Text-156738-1-10-20220222.pdf](file:///E:/jurnal%20seminar%20proposal/jurnal%20fix/COD/55074-Article%20Text-156738-1-10-20220222.pdf)
- Nugraha, N. M., & Hisniati, S. B. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang (Cargo Airlines) Dengan Metode Servqual Di PT. Ghita Avia Trans. *Jurnal Ekonomi Perdesaan*, 3(2), 1–11.
- Nugraha, N. M., & Hisniati, S. B. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang (Cargo Airlines) Dengan Metode Servqual Di PT. Ghita Avia Trans. *Jurnal Ekonomi Perdesaan*, 3(2), 1–11.
- Nugroho, A. W., & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Permadi, D., Syam, R. S., Guslan, D., & Numang, I. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Antar dan Harga Produk Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Jakarta Timur. *Bisnis dan Pemasaran*, 11(2), 1–5.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: GIO.
- Ramadhaniati, S., Susanti, E., Wiwaha, A., & Tyas, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.33019/society.v8i1.131>
- Sahrani, S. (2011). *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Silaen, S. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi*. Bogor: In Media.
- Santonius, S., Gunawan, C. P., & Hendriyani, D. (2017). Pengembangan Sistem Informasi Jaringan Pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir/JNE. *Academia*, 1(1), 1–31.

- Silviasari, S. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Sistem Cash on Delivery. *Media of Law and Sharia*, 1(3), 151–161. <https://doi.org/10.18196/mls.v1i3.9192>
- Sofjan, A. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi: Yogyakarta.
- Suyani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Syafei, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tiki.id. (2022). Sejarah Tiki. diakses pada tanggal 5 Agustus 2022. <https://tiki.id/id/tentang-tiki>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tedjakusuma, A. P., Delananda, A., & Andajani, E. (2020). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Industri Ritel di Indonesia. 1(April), 21–29.
- Wijaya, I. P. S. A., & Nurcaya, I. N. (2017). Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1534–1563.
- Wijaya Kesuma Dewi, S., & Oktalia Utami, B. (2019). Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna E-Commerce Shopee Pada Fitur Cod (Cash on Delivery). *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 55. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Wuryanti, L., & Zahara, Y. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Harga Dan Kelas Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeshop Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(1), 1–9. <https://core.ac.uk/download/pdf/353678276.pdf>

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Pick Up Delivery* Dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga)

Kepada Yth. Responden  
Di Tempat

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, berkenaan dengan penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga)”:

Nama : Inka Pratiwi  
NIM : 1817201187  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan. Penelitian ini tidak akan menimbulkan akibat yang dapat merugikan bagi responden, semua informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,



Inka Pratiwi  
NIM. 1817201187

## KUESIONER

### A. Identitas Responden

1. Nama (Boleh tidak diisi) :
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Usia :
  - > 20 Tahun
  - 20 – 30 Tahun
  - 30 – 40 Tahun
  - < 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :
  - SD
  - SMP
  - SMA
  - S1
5. Status Perkawinan :
  - Belum Menikah
  - Menikah
6. Penghasilan Perbulan :
  - > Rp. 1.000.000
  - Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
  - < Rp. 5.000.000
7. Pengeluaran Perbulan :
  - Rp. 1.000.000
  - Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
  - < Rp. 5.000.000



8. Pekerjaan :

- Pegawai Negeri Sipil
- Pegawai Swasta
- Wirausaha
- Lainnya

### B. Daftar Pertanyaan

Berilah tanda ceklis (√) pada pertanyaan-pertanyaan berikut yang berkaitan dengan Pengaruh *Pick Up Delivery* dan *Cash On Delivery* Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang sesuai dengan pilihan anda pada kolom berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RR : Ragu-Ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No.	Pernyataan	Keterangan				
		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)
<b>PICK UP DELIVERY</b>						
<i>Delivery time</i>						
1.	Saya menggunakan jasa pengiriman TIKI karena tepat waktu dalam melakukan pengiriman					
<i>Delivery flexibility</i>						
2.	Jasa pengiriman TIKI membuat pengiriman yang saya lakukan menjadi fleksibel dan mudah					
<i>Delivery accuracy</i>						
3.	Data pengirim dan penerima barang di TIKI lengkap dan akurat sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman barang					

<i>Stock service</i>						
4.	TIKI dapat menjangkau ke semua wilayah sehingga memudahkan saya dalam melakukan pengiriman barang					
<i>After sales service</i>						
5.	Saya menggunakan TIKI karena sistem pelayanan yang baik dan ramah dalam berinteraksi dengan pelanggan					
<i>Order management</i>						
6.	Jasa pengiriman TIKI selalu menerima orderan dari pelanggan berapapun jumlah paketnya					
<i>Marketing and communication</i>						
7.	Sistem pengiriman TIKI yang <i>up to date</i> dan cepat tanggap dalam menghubungi pelanggan ketika terdapat suatu kesalahan sehingga membuat saya selalu menggunakan TIKI					
<i>E-Information</i>						
8.	Saya menggunakan TIKI karena informasi yang mudah didapat baik itu waktu barang dikirim dan diterima ke alamat tujuan					
<b>CASH ON DELIVERY (COD)</b>		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)
<i>Kepuasan pelayanan</i>						
1.	Sistem pelayanan TIKI sangat baik dan fleksibel sehingga saya merasa puas					
<i>Efektifitas</i>						
2.	Saya menggunakan TIKI karena pelayanan di TIKI efektif, efisien, dan dapat menghemat waktu					

Kemudahan						
3.	TIKI memberikan saya kemudahan dalam melakukan pengiriman barang					
Keamanan						
4.	Saya menggunakan TIKI karena lebih aman dan terhindar dari penipuan					
<b>KEPUASAN PELANGGAN</b>		STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)
<i>Re-purchase</i>						
1.	Saya menggunakan jasa pengiriman TIKI secara terus-menerus					
Menciptakan <i>Word of Mouth</i>						
2.	Saya merekomendasikan jasa pengiriman TIKI kepada orang lain					
Menciptakan citra merek						
3.	Saya tetap menggunakan jasa pengiriman TIKI meskipun banyak jasa pengiriman lain					
Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama						
4.	Saya menggunakan produk dan layanan yang ada di TIKI sesuai kebutuhan					

## Lampiran 2: Tabulasi Data

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	3	4	3	4	5	4	3	30	3	2	3	4	12	3	3	2	3	11
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	2	2	2	2	2	2	3	2	17	2	2	2	2	8	2	3	2	1	8
5	2	3	2	3	3	3	3	3	22	3	4	4	4	15	2	4	2	4	12
6	4	4	4	4	4	3	3	4	30	4	3	4	3	14	4	3	4	4	15
7	3	4	2	3	5	3	4	5	29	4	4	4	4	16	3	3	4	2	12
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
12	5	4	4	5	4	4	5	4	35	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
13	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
14	4	4	5	5	5	5	4	5	37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
15	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
17	4	5	5	5	5	4	5	5	38	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19
18	5	4	5	4	5	4	5	4	36	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
23	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	5	4	5	18	4	5	4	4	17
24	5	4	5	5	4	5	4	5	37	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
25	4	5	5	5	5	4	5	5	38	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
27	2	5	3	3	2	3	3	3	24	2	3	3	3	11	2	3	3	3	11
28	5	5	5	4	5	5	4	5	38	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
31	5	4	3	4	5	4	3	4	32	5	4	3	4	16	5	4	3	4	16
32	4	4	4	4	4	4	3	5	32	4	5	3	5	17	3	5	4	4	16
33	5	4	3	2	3	5	4	3	29	5	2	5	4	16	3	5	3	4	15
34	4	2	5	4	3	5	2	3	28	4	4	3	5	16	3	4	4	4	15
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
36	3	5	4	3	4	5	3	4	31	5	3	4	5	17	4	4	5	3	16
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
38	3	3	4	4	3	4	3	5	29	4	3	4	4	15	4	3	4	4	15
39	4	4	3	4	3	4	3	5	30	3	4	5	4	16	4	4	4	4	16
40	5	4	4	5	4	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
41	3	4	4	3	4	4	3	4	29	4	4	3	5	16	4	4	4	4	16
42	5	4	4	4	5	4	5	4	35	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
43	5	4	4	3	5	4	3	4	32	5	4	5	4	18	5	4	5	3	17
44	4	3	4	3	4	3	4	4	29	3	3	4	5	15	4	4	4	5	17
45	4	4	3	4	3	4	4	3	29	4	3	3	4	14	4	5	4	4	17
46	5	3	3	3	4	4	4	4	30	4	5	4	3	16	4	3	4	4	15
47	3	4	5	4	4	3	4	4	31	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
48	4	4	5	4	5	4	3	5	34	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19
49	3	4	3	4	3	4	3	4	28	4	3	4	4	15	4	3	4	3	14
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
51	4	4	3	3	4	4	3	3	28	4	4	3	3	14	4	4	3	5	16
52	5	4	3	3	4	5	5	4	33	3	3	4	5	15	5	4	3	3	15
53	4	5	3	4	5	4	4	5	34	3	5	4	4	16	4	5	4	5	18
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
82	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
101	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
103	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
104	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
105	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
107	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
108	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
109	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
110	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
111	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
112	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
113	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
114	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
115	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
116	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
117	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
118	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
119	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
120	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
121	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
122	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
123	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
124	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
125	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
126	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
127	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
128	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
129	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
130	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
131	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
132	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
133	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
134	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
135	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
136	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
137	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
138	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
139	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
140	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
141	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
142	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
143	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
144	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
145	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
146	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
147	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
148	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
149	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
150	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
151	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
152	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
153	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
154	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
155	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
156	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
157	2	3	2	3	2	3	2	3	20	2	3	2	3	10	2	3	2	3	10
158	3	2	3	2	3	2	3	2	20	3	2	3	2	10	3	2	3	2	10
159	4	3	2	4	3	2	4	3	25	2	4	3	2	11	4	3	2	4	13
160	2	3	4	5	2	3	4	5	28	2	3	4	5	14	2	3	4	5	14
161	5	4	3	2	5	4	3	2	28	5	4	3	2	14	5	4	3	2	14
162	4	5	4	3	4	3	4	3	30	4	3	4	3	14	5	4	4	3	16
163	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
164	3	4	5	5	4	3	3	4	31	5	5	4	3	17	3	4	5	5	17
165	4	3	2	3	4	3	2	3	24	4	3	2	3	12	4	3	2	4	13
166	5	4	3	2	3	4	5	4	30	3	2	3	4	12	5	4	3	2	14
167	4	3	5	3	4	5	4	3	31	4	5	4	3	16	4	5	4	3	16
168	5	4	4	3	4	3	4	3	30	4	5	4	4	17	3	5	4	4	16
169	3	4	5	5	4	4	3	5	33	3	4	5	3	15	4	4	4	5	17
170	4	3	3	3	5	4	4	4	30	4	4	3	3	14	5	4	5	4	18
171	3	4	3	5	4	3	4	3	29	5	4	3	4	16	4	5	3	5	17
172	3	4	2	3	4	5	4	3	28	2	3	4	5	14	4	3	2	3	12
173	5	4	3	4	5	4	3	4	32	5	4	3	4	16	5	4	3	4	16
174	4	4	3	3	5	5	4	4	32	3	3	5	5	16	4	4	3	5	16
175	3	4	5	5	4	3	3	4	31	5	5	4	3	17	3	4	5	5	17
176	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
177	5	4	5	4	5	4	5	4	36	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
178	3	4	5	4	3	4	5	4	32	3	4	5	4	16	3	4	5	4	16
179	3	4	5	4	3	4	5	4	32	3	5	4	5	17	4	3	4	5	16
180	4	5	4	3	4	5	4	3	32	4	5	4	3	16	4	5	4	3	16

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
181	4	4	3	4	3	4	3	4	29	3	4	3	5	15	4	3	4	5	16
182	3	4	5	4	3	4	4	4	31	3	5	4	3	15	4	4	5	5	18
183	3	4	5	4	3	4	5	3	31	4	5	4	3	16	4	5	4	3	16
184	4	3	5	4	3	5	4	3	31	5	4	3	5	17	4	3	5	4	16
185	3	4	5	4	3	4	5	4	32	3	4	5	4	16	3	4	5	4	16
186	4	4	5	5	5	5	4	4	36	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13
187	3	4	3	4	3	4	3	4	28	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
188	4	3	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
189	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
190	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
191	3	4	3	4	3	4	3	4	28	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
192	3	4	3	4	3	4	3	4	28	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
193	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
194	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
195	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
196	3	4	3	4	3	4	3	4	28	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
197	4	3	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
198	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
199	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
200	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
201	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
202	4	3	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
203	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
204	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
205	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
206	4	3	4	3	4	3	4	4	29	4	4	4	4	16	3	5	3	4	15
207	4	4	4	4	3	4	4	3	30	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
208	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
209	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
210	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
211	4	4	4	4	4	4	3	3	30	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
212	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
213	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
214	3	4	5	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
215	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
216	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
217	4	4	4	4	3	4	3	3	29	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
218	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
219	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
220	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
221	3	4	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	16	5	4	3	4	16
222	4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
223	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
224	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
225	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
226	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
227	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
228	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
229	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
230	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
231	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
232	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
233	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
234	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
235	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
236	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
237	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
238	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
239	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
240	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
241	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
242	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
243	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
244	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
245	4	3	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
246	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
247	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
248	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
249	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
250	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
251	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
252	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
253	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
254	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
255	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
256	3	3	3	3	3	4	3	3	25	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
257	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	8	2	2	2	3	9
258	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
259	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
260	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
261	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
262	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
263	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
264	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
265	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
266	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
267	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
268	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
269	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
270	4	3	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14

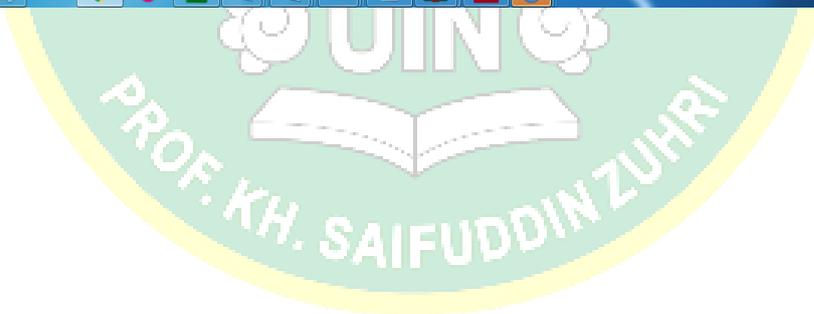
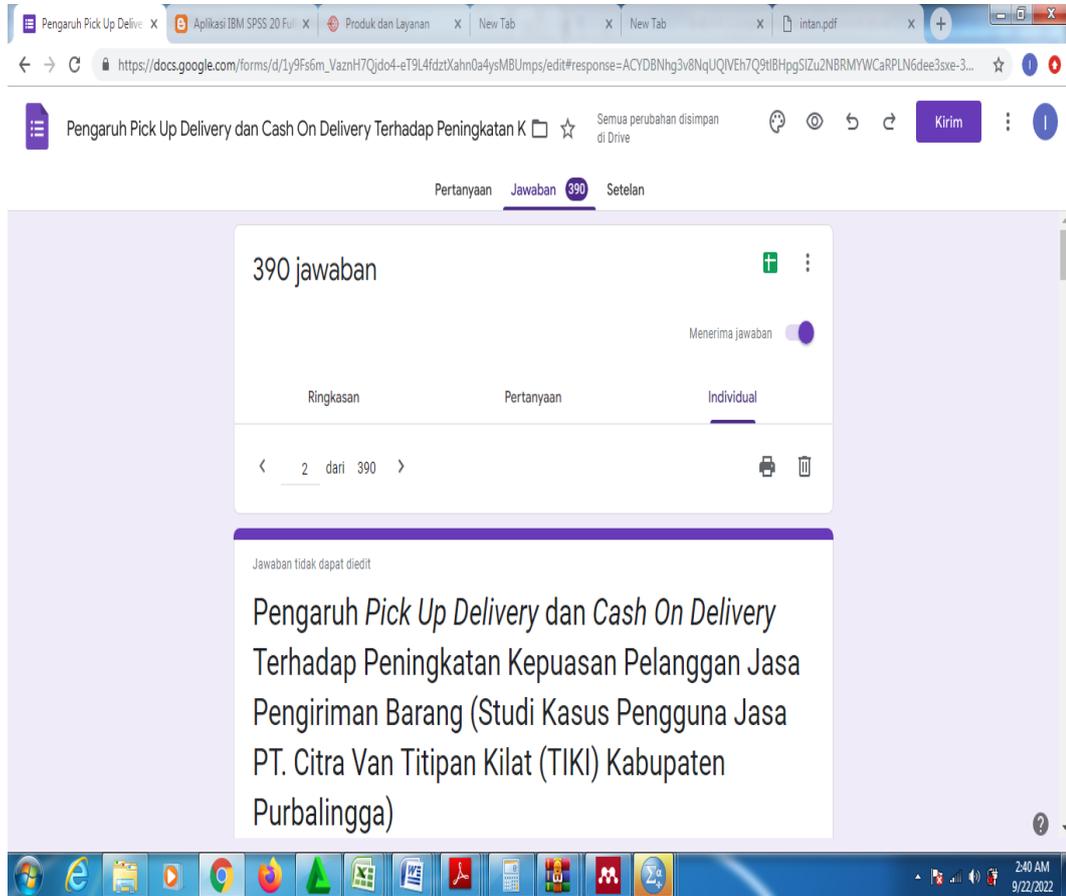
No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
271	3	4	3	4	3	4	3	4	28	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
272	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
273	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
274	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
275	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
276	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
277	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
278	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
279	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
280	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
281	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
282	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
283	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
284	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
285	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
286	4	3	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
287	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
288	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
289	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
290	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
291	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
292	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
293	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
294	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
295	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
296	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
297	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
298	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
299	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
300	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
301	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
302	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
303	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
304	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
305	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
306	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
307	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
308	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
309	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
310	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
311	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
312	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
313	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
314	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
315	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
316	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
317	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
318	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
319	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
320	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
321	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
322	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
323	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
324	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
325	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
326	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
327	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
328	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
329	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
330	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
331	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
332	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
333	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
334	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
335	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
336	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
337	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
338	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
339	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
340	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
341	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
342	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
343	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
344	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
345	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
346	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
347	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
348	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
349	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
350	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
351	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
352	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
353	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
354	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
355	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
356	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
357	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
358	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
359	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
360	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

No. Responden	Pick Up Delivery (X1)								Total X1	Cash On Delivery (X2)				Total X2	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	Y4	
361	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
362	4	5	4	5	5	4	5	5	37	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
363	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
364	4	4	3	4	5	4	3	4	31	5	4	3	4	16	5	4	5	4	18
365	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15
366	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
367	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
368	5	4	5	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
369	4	5	4	4	3	4	5	4	33	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
370	4	4	3	4	4	4	5	4	32	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
371	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17
372	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
373	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
374	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
375	4	4	5	5	4	4	5	5	36	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
376	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
377	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
378	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
379	4	3	4	4	3	3	4	4	29	4	3	4	4	15	4	4	3	3	14
380	4	4	3	3	4	5	4	4	31	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15
381	4	5	5	4	3	5	4	4	34	4	5	4	4	17	5	4	4	5	18
382	4	5	4	4	5	4	5	4	35	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
383	5	4	4	4	5	5	4	5	36	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
384	4	5	4	5	4	5	4	5	36	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
385	5	4	5	5	4	4	5	5	37	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
386	5	5	4	5	4	4	4	4	35	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
387	4	5	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
388	4	5	4	5	5	4	5	4	36	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
389	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
390	5	4	4	5	4	5	4	4	35	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18

### Lampiran 3: Bukti Penyebaran Kuesioner





X1.6	Pearson Correlation	.790**	.824**	.753*	.763**	.754**	1	.736**	.799**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	390	390	390	390	390	390	390	390	390
X1.7	Pearson Correlation	.782**	.783**	.788*	.747**	.772**	.736**	1	.768**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	390	390	390	390	390	390	390	390	390
X1.8	Pearson Correlation	.727**	.832**	.768*	.875**	.790**	.799**	.768**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	390	390	390	390	390	390	390	390	390
Total	Pearson Correlation	.880**	.910**	.882*	.898**	.894**	.895**	.890**	.915**	1
_X1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	390	390	390	390	390	390	390	390	390

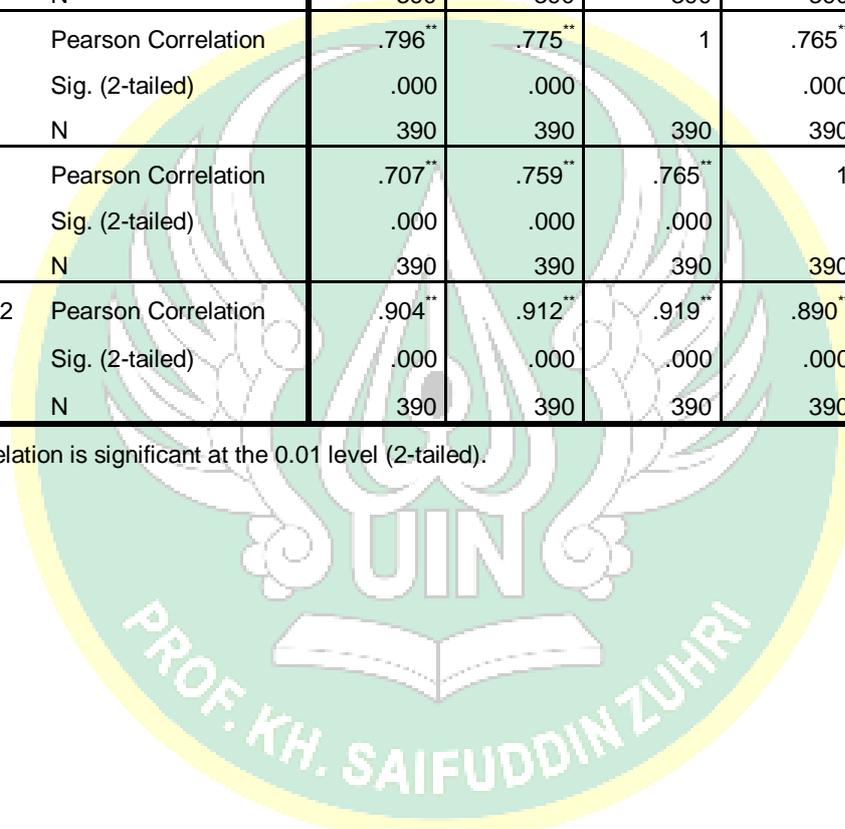
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Validitas X2

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.770**	.796**	.707**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	390	390	390	390	390
X2.2	Pearson Correlation	.770**	1	.775**	.759**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	390	390	390	390	390
X2.3	Pearson Correlation	.796**	.775**	1	.765**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	390	390	390	390	390
X2.4	Pearson Correlation	.707**	.759**	.765**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	390	390	390	390	390
Total_X2	Pearson Correlation	.904**	.912**	.919**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	390	390	390	390	390

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

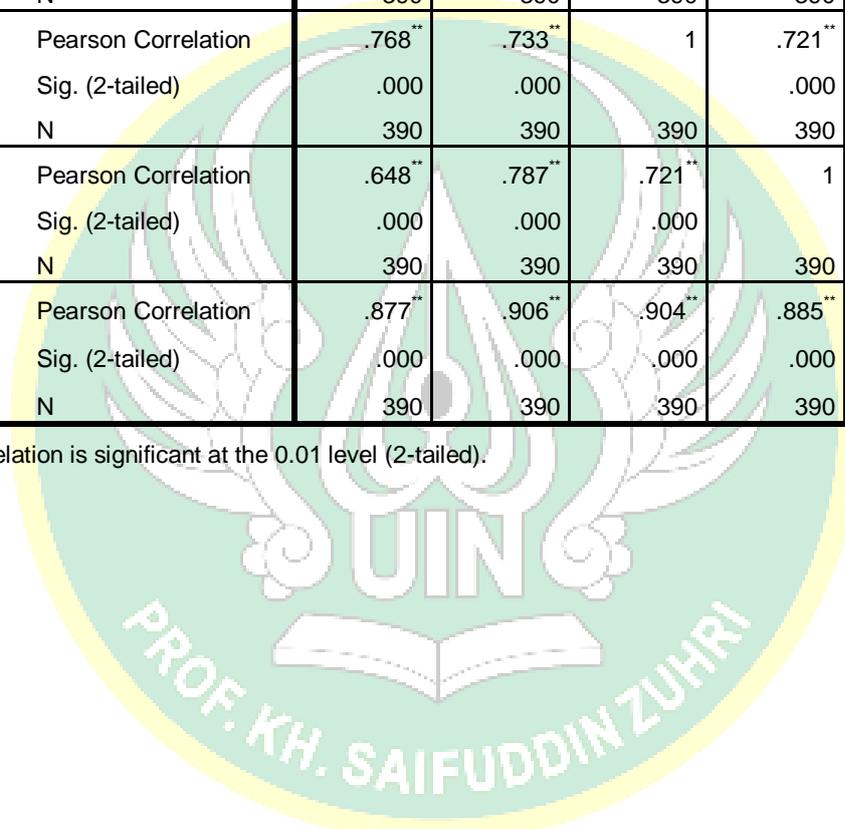


### 3. Hasil Uji Validitas Y

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.723**	.768**	.648**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	390	390	390	390	390
Y2	Pearson Correlation	.723**	1	.733**	.787**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	390	390	390	390	390
Y3	Pearson Correlation	.768**	.733**	1	.721**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	390	390	390	390	390
Y4	Pearson Correlation	.648**	.787**	.721**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	390	390	390	390	390
Total_Y	Pearson Correlation	.877**	.906**	.904**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	390	390	390	390	390

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



4. Hasil Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	16

5. Hasil Uji Reliabilitas X1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	8

6. Hasil Uji Reliabilitas X2

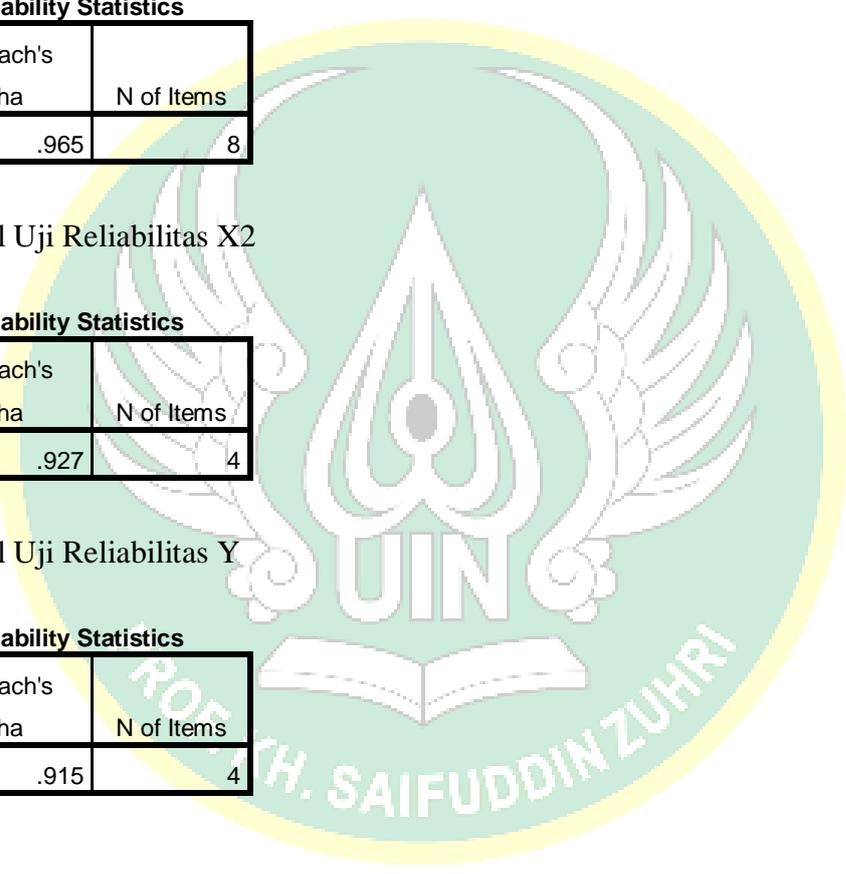
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	4

7. Hasil Uji Reliabilitas Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	4



## 8. Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		390
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0833007
	Std. Deviation	2.00896548
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.040
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.148 <sup>c</sup>

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

## 9. Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.120	.261		4.290	.000		
	Pick Up Delivery	.253	.033	.520	7.611	.000	.972	1.028
	Cash On Delivery	.424	.066	.438	6.410	.000	.972	1.028

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.859	.526		5.431	.000
	Pick Up Delivery	-.022	.012	-.093	-1.809	.071
	Cash On Delivery	-.036	.026	-.071	-1.381	.168

- a. Dependent Variable: RES2

## 11. Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.952 <sup>a</sup>	.906	.905	.779	1.860

a. Predictors: (Constant), Cash On Delivery, Pick Up Delivery

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.120	.261		4.290	.000
PICK UP DELIVERY	.253	.033	.520	7.611	.000
CASH ON DELIVERY	.424	.066	.438	6.410	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

## 13. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.120	.261		4.290	.000
Pick Up Delivery	.253	.033	.520	7.611	.000
Cash On Delivery	.424	.066	.438	6.410	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA

#### 14. Hasil Uji Statistik F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	142.663	2	71.332	17.712	.000 <sup>b</sup>
Residual	1558.580	387	4.027		
Total	1701.244	389			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

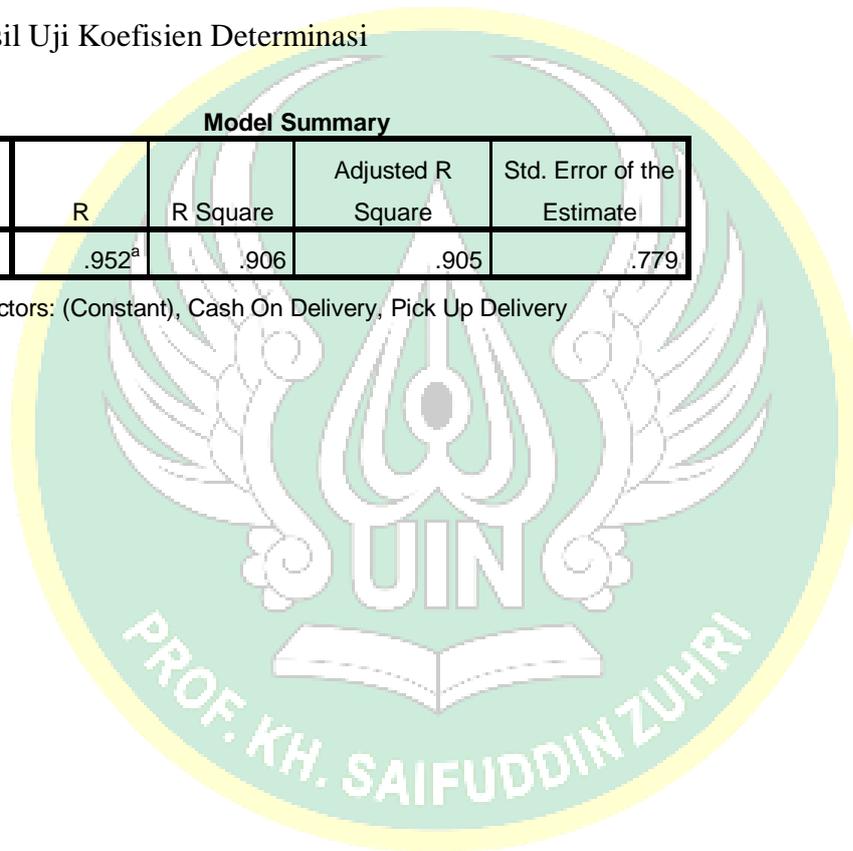
b. Predictors: (Constant), Cash On Delivery, Pick Up Delivery

#### 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.952 <sup>a</sup>	.906	.905	.779

a. Predictors: (Constant), Cash On Delivery, Pick Up Delivery



## Lampiran 5: Sertifikat BTA PPI

 <b>IAIN PURWOKERTO</b>	<b>KEMENTERIAN AGAMA</b> <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO</b> <b>UPT MA'HAD AL-JAMI'AH</b> Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id												
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: B-009/In.17/UPT.MAJ/Sti.001/I/2019</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p style="text-align: center;"><b><u>INKA PRATIWI</u></b> <b>1817201187</b></p> <p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah <b>LULUS</b> dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <table border="1"><thead><tr><th>MATERI UJIAN</th><th>NILAI</th></tr></thead><tbody><tr><td>1. Tes Tulis</td><td>90</td></tr><tr><td>2. Tartil</td><td>90</td></tr><tr><td>3. Tahfidz</td><td>90</td></tr><tr><td>4. Inila'</td><td>80</td></tr><tr><td>5. Praktek</td><td>85</td></tr></tbody></table> <p>NO. SERI: MAJ-G1-2019-133</p> <p style="text-align: right;">Purwokerto, 24 Januari 2019 Mudir Ma'had Al-Jami'ah,  <b>Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I</b> NIP. 19570521 198503 1 002</p>		MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	90	2. Tartil	90	3. Tahfidz	90	4. Inila'	80	5. Praktek	85
MATERI UJIAN	NILAI												
1. Tes Tulis	90												
2. Tartil	90												
3. Tahfidz	90												
4. Inila'	80												
5. Praktek	85												



## Lampiran 6: Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab


**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KHAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**TECHNICAL IMPLEMENTATION UNIT OF LANGUAGE**  
**Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsatzu.ac.id | www.stb.uinsatzu.ac.id | t: 62 (281) 635624**

**CERTIFICATE**  
**الشهادة**  
**No.: B-1006/Un.19/UPT.Bhs/PP.009/921/IV/2022**

**This is to certify that**  
**Name** : **INKA PRATIWI**  
**Place and Date of Birth** : **Purbalingga, 8 Juli 2000**  
**Has taken** : **IQLA**  
**with Computer Based Test, organized by**  
**Technical Implementation Unit of Language on:** **25 April 2022**  
**with obtained result as follows**  
**Listening Comprehension: 46**    **Structure and Written Expression: 48**    **Reading Comprehension: 49**  
**قيم المسموع**    **قيم العبارات والتركيب**    **قيم المترجم**  
**Obtained Score :** **475**    **المجموع الكلي :**

**The test was held in UIN Profesor Khai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.**  
**تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بپوروكرتو.**  
**25 April 2022**  
**The Head**  
**رئيسة وحدة اللغة**  
  
**Ade Ruswati, M. Pd.**  
**NIP. 19860704 201503 2 004**







## Lampiran 7: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris

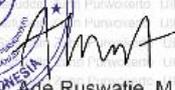

**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**TECHNICAL IMPLEMENTATION UNIT OF LANGUAGE**  
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsatza.ac.id | www.stbainsatza.ac.id | +62 (281) 635624

**CERTIFICATE**  
**الشهادة**  
 No.: **B-1005/Un.19/UPT.Bhs/PP.009/921/IV/2022**

This is to certify that  
**Name** : **INKA PRATIWI**  
**Place and Date of Birth** : **Purbalingga, 8 Juli 2000**  
**Has taken** : **EPTUS**  
**with Computer Based Test, organized by** : **25 April 2022**  
**Technical Implementation Unit of Language on:**  
**with obtained result as follows** :

<b>Listening Comprehension: 51</b>	<b>Structure and Written Expression: 53</b>	<b>Reading Comprehension: 55</b>
فهم العنصوع	فهم العبارات والتركياب	فهم العنصوع
<b>Obtained Score :</b>	<b>530</b>	<b>المجموع الكلي :</b>

**The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.**  
 تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياهي العاج سيق الدين زهري الإسلامية الحكومية بپوروكرتو.

Purwokerto, 25 April 2022  
 The Head,  
 رئيسة إحدة اللب  
  
**Ade Ruswatie, M. Pd.**  
 NIP. 19860704 201503 2 004







## Lampiran 8: Sertifikat Aplikasi Komputer

# SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



**IAIN PURWOKERTO**

---

No. IN.17/UPT-TIPD/4560/IX/2022

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	85 / A-

Diberikan Kepada:

**INKA PRATIWI**  
NIM: 1817201187

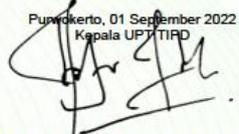
Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 08 Juli 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.





Purwokerto, 01 September 2022  
Kepala UPT TIPD



**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
NIP. 19801215 200501 1 003



## Lampiran 9: Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)



## Lampiran 10: Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa



KEMENTERIAN AGAMA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.lainpurwokerto.ac.id

---

# Sertifikat

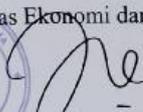
Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**Nama** : Inka Pratiwi  
**NIM** : 1817201187

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **87 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI



**H. Sochimun, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001



## Lampiran 11: Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

---

# Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Inka Pratiwi  
NIM : 1817201187

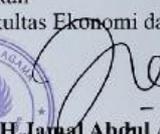
Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

**Dinas Pertanian Kabupaten Purbalingga**

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munagasyah/Skripsi*.

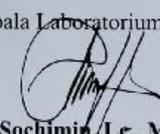
Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 4 April 2022

Kepala Laboratorium FEBI



**H. Sochimim, Lc., M.Si.**  
NIP.19691009 200312 1 001



## Lampiran 12: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 3042/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/9/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Inka Pratiwi  
NIM : 1817201187  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing : Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.S.  
Judul : Pengaruh Pick Up Delivery dan Cash On Delivery Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pengguna Jasa PT Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Kabupaten Purbalingga)

Pada tanggal 12/09/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 15 September 2022  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 13: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128  
Telp: 0281-835624. Fax: 0281-836553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 2756/Un.19/FEBJJ.ES/PP.009/8/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

mahasiswa atas nama:

Nama : Inka Pratiwi  
NIM : 1817201187  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 12/08/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,  
dengan nilai : 85 / A-

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar  
ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 19 Agustus 2022  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 14: Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identits Diri

1. Nama Lengkap : Inka Pratiwi
2. NIM : 1817201187
3. Tempat/Tanggal Lahir : Purbalingga, 08 Juli 2000
4. Alamat Rumah : Slinga, RT 04 RW 07 Kec. Kaligondang  
Kab. Purbalingga
5. Nama Orang Tua : Bapak Muhadi (Alm) dan Ibu Rosiah

#### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK Aisyah Slinga (2005-2006)
  - b. MI Islamiyah Slinga (2006-2012)
  - c. SMP Negeri 3 Purbalingga (2012-2015)
  - d. SMA Negeri 2 Purbalingga (2015-2018)
  - e. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2018-sekarang)
2. Pendidikan Non Formal
  - a. TPQ Ashabul Kahfi Purbalingga (2005-2009)
  - b. Madrasah Diniyah Alhuda Purbalingga (2009-2018)
  - c. Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto (2018-2020)

#### C. Pengalaman Organisasi

1. Forum Mahasiswa Purbalingga Perwira (2019-2020)
2. Koor. Aswaja PMII Rayon FEBI UIN SAIZU (2019-2020)
3. Staff Ahli Kemenpolham DEMA FEBI UIN SAIZU(2019-2020)
4. DPP Partai Kebangkitan Mahasiswa UIN SAIZU (2020-2021)
5. Sekretaris SEMA FEBI UIN SAIZU (2020-2021)

Purwokerto, 22 September 2022



Inka Pratiwi