

Jejak Artikel:

Unggah: 10 Januari 2023;

Revisi: 13 Januari 2023;

Diterima: 13 Januari 2023;

Tersedia Online: 10 Agustus 2023

Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Lion Parcel

Robin¹, Winda Evyanto²

^{1,2}Universitas Putera Batam

pb190910197@upbatam.ac.id

The purpose of this study was to determine the effect of security, convenience, and trust on customer satisfaction at PT Lion Parcel. This study was conducted using quantitative techniques. The sample of this study was used as many as 100 respondents in PT Lion Parcel customers using the Cochran formula. Questionnaires were used as a data collection technique. By using SPSS 25 software, data analysis techniques include descriptive statistics test, data quality test, classic assumption test, influence test, and hypothesis test. Based on the results of multiple linear regression, security (X1) has an effect of 0,104 or 10,4% on customer satisfaction (Y) at PT Lion Parcel, ease (X2) has an effect of 0,536 or 53,6% on customer satisfaction (Y) at PT Lion Parcel and trust (X3) has an effect of 0,245 or 24,5% on customer satisfaction (Y) at PT Lion Parcel. Safety, convenience, and trust factors affect customer satisfaction (Y) at PT Lion Parcel by 64,9% in accordance with the coefficient of determination (R²) data. Based on the hypothesis test results found that security, convenience, and confidence have a positive and significant effect partially or simultaneously on customer satisfaction at PT Lion Parcel.

Keywords: Convenience, Customer Satisfaction, Ease, Security, Trust

Pendahuluan

Seiring meningkatnya menuju era global yang lebih saling terhubung dan maju secara teknis, penyedia layanan semakin banyak dan masuk akal bahwa akan lebih pintar dan lebih tepat dalam metode distribusi, dan teknologi ini dapat mempermudah pelanggan untuk menggunakan layanan. Tentunya mampu dapat mengakibatkan persaingan yang begitu ketat di pasar jasa pengiriman, tentunya penyedia harus berinovasi untuk membangun dan menarik kepercayaan pelanggan di antara yang berencana untuk memanfaatkan jasa pengiriman barang untuk memberikan tingkat keamanan, kemudahan, dan kepuasan pelanggan tertinggi. Akibat tren tersebut, semakin banyak bermunculan jasa pengiriman produk di Indonesia.

Lion Parcel merupakan salah satu kompetitor yang juga menawarkan jasa pengiriman produk. Perkembangan Lion Parcel dengan layanan pengiriman paket memiliki pengaruh yang besar, dengan pelanggan beralih dari mempergunakan layanan perusahaan jasa pengiriman barang lainnya termasuk J&T Express, JNE, dan Pos Indonesia untuk menggunakan layanan pengiriman Lion Parcel sebagai gantinya.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan di sektor jasa, bisnis memerlukan metrik yang andal, dan cara terbaik untuk mengetahui perasaan pelanggan adalah dengan menentukan preferensi

¹Coressponden: Robin. Universitas Putera Batam. Jalan R. Soeprapto Muka Kuning, Kibing, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau 29434. Pb190910197@upbatam.ac.id

pelanggan. Jika pelanggan tidak yakin tentang kebutuhan atau keinginannya, tidak akan ada proses penyediaan layanan. Ketika seorang klien melihat kesenjangan besar antara situasinya saat ini dan idealnya, pelanggan telah mengidentifikasi masalah. Seiring dengan kebutuhan akan jasa pengiriman yang terus meningkat, persaingan pun muncul di antara bisnis untuk menyediakan permintaan tersebut. Bergantung pada seberapa baik layanan dijalankan pada masing-masing penyedia layanan, layanan yang diberikan dapat berubah.

Karena layanan pengiriman Lion Parcel menawarkan berbagai pilihan, pelanggan sering memanfaatkan kemampuan perusahaan untuk mengirim berbagai macam produk. Akibatnya, terjadi peningkatan permintaan untuk layanan Lion Parcel, karena perusahaan melayani berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan. Masyarakat lebih tertarik dengan layanan yang ditawarkan Lion Parcel karena tidak terlalu mahal dan waktu pengirimannya tidak terlalu lama.

Menurut Afghani & Yulianti dalam (Musvaida, 2021), untuk menjamin keamanan kliennya di mana pun dalam menggunakan layanan, korporasi harus memelihara dan mengelola fasilitasnya dengan baik. Salah satu dari banyak bisnis pengiriman barang di luar sana, Lion Parcel berada dalam persaingan konstan untuk tetap bertahan dan menang di pasar di mana tujuan utamanya adalah untuk memaksimalkan keuntungan.

Banyak pelanggan yang menyuarakan ketidakpuasannya dengan Lion Parcel karena masalah keamanan perusahaan, termasuk barang tidak tiba di tempat tujuan dalam keadaan utuh dan/atau menerima kerusakan dalam perjalanan. Untuk bertahan dalam bisnis, perusahaan pengiriman barang perlu memprioritaskan keamanan pengiriman di atas segalanya. Pengiriman yang tidak menekankan keamanan pengiriman produk dapat merusak reputasi perusahaan dan menimbulkan biaya yang signifikan, seperti mengganti barang yang hilang dalam pengiriman, karena hal ini akan berdampak negatif pada kepuasan pelanggan, yang mendorong pembelian kembali dan meningkatkan kesuksesan laba bisnis.

Menurut (Susanto, 2021) Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna menganggap sistem mudah dipelajari dan dioperasikan tanpa memerlukan banyak latihan. Kemudahan adalah suatu faktor-faktor seperti betapa sedikit pekerjaan yang diperlukan untuk menggunakan sistem dan betapa sederhananya proses pengiriman paket untuk melibatkan orang-orang biasa. Karena tindakan konsumen dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kenyamanan suatu layanan, masuk akal bahwa semakin besar pemahaman tentang keramahan pengguna sistem akan mengarah pada adopsi alat digital yang lebih besar.

Masalah-masalah yang dihadapi pada Lion Parcel ini yaitu adanya pergantian resi pengiriman tanpa sepengetahuan pelanggan sehingga membuat pelanggan susah untuk mengetahui keberadaan paket tersebut. Untuk klien, kemudahan adalah komponen penting dari proses pengiriman karena dapat memudahkan pelanggan dalam mencari keberadaan paketnya. Kemudahan penggunaan ini sering dikaitkan dengan efisiensi pengiriman barang. Ketika barang dikirim dengan cepat dan mudah, pelanggan akan memiliki keyakinan yang lebih besar dalam aksesibilitas layanan. Pilihan metode pengiriman pelanggan juga difasilitasi oleh hal ini.

Menurut (Priansa, 2017) mengatakan bahwa salah satu elemen terpenting dalam memastikan kepuasan pelanggan didasarkan pada kepercayaan, yang diciptakan dan diperluas melalui interaksi yang jujur. Oleh karena itu, bisnis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelanggan senang dengan layanan yang diberikan. Meskipun kepercayaan memainkan peran penting dalam kemampuan bisnis untuk memberikan layanan kepada kliennya, perusahaan juga membutuhkan kebahagiaan pelanggan untuk berkembang.

Kotler dalam (Sari & Oswari, 2020) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil positif bagi pelanggan Ketika membeli dari perusahaan yang kinerjanya memenuhi atau melebihi harapannya. Saat harapan pelanggan terpenuhi, pelanggan akan merasa senang dan saat terlampaui, akan sangat merasa gembira. Ketika merasa senang dengan suatu produk atau layanan, pelanggan lebih cenderung untuk membeli lagi dan kecil kemungkinannya untuk beralih merek sebagai

tanggapan atas kenaikan harga. Sangat penting bagi layanan pengiriman modern untuk memenuhi standar tinggi konsumen. Dalam konteks pelanggan, kepuasan dapat didefinisikan sebagai seberapa baik pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Jika klien puas, mereka akan terus menggunakan layanan perusahaan. Pelanggan yang senang dengan layanan atau produk lebih cenderung merekomendasikannya kepada orang lain.

Adanya fenomena tersebut menunjukkan bahwa Lion Parcel mengirimkan barang dengan fokus pada kepuasan pelanggan. Dalam pengiriman barang, perusahaan akan mempertimbangkan pendapat baik sisi positif maupun negatif dalam upaya mencari solusi terbaik berdasarkan persepsi pelanggan telah menerima informasi yang cukup. Keamanan mengacu pada jaminan bahwa barang yang dikirim ke lokasi yang dituju akan bebas dari bahaya terjatuh, rusak, atau hilang. Kenyamanan mengacu pada seberapa cepat dan mudah pengiriman produk dapat ditemukan dalam tanda terima pengiriman. Pelanggan akan tertarik dengan anggapan bahwa pengirim dapat dipercaya dan memenuhi syarat untuk menjaga keamanan produk. Karena pengiriman yang cepat, keamanan barang yang terjamin, dan pengecekan dokumen pengiriman membuat pelanggan semakin percaya bahwa Lion Parcel mengantarkan barang. Ini memungkinkan klien untuk menyediakan barang sesuai kebutuhan.

Kajian Literatur

Keamanan

Menurut (Musvaida, 2021) mengatakan bahwa keamanan, bahaya, atau ketidakpastian ini berkaitan dengan hal-hal seperti keamanan di tempat kerja, uang, dan rahasia. Kekhawatiran pelanggan tentang penyalahgunaan informasi pribadi dan data transaksi dapat dihilangkan dengan memberikan jaminan keamanan. (Masiaga, Worang, & Mandagie, 2022), Aman adalah salah satu definisi keamanan. Definisi yang luas ini mempertimbangkan keamanan seseorang dari ancaman buatan manusia dan yang terjadi secara alami. Di sisi lain, ancaman keamanan adalah segala sesuatu yang dapat membahayakan keamanan data atau jaringan dengan cara apa pun, seperti penghancuran, kebocoran, perubahan, atau penyalahgunaan.

Terdapat suatu indikator keamanan yang merujuk atas (Masiaga et al., 2022):

1. Jaminan keamanan
Kekhawatiran pelanggan tentang eksploitasi data pribadi dan transaksi yang melibatkan data mungkin dapat dihilangkan sebagian dengan memberikan jaminan keamanan. Jika konsumen yakin bahwa informasi pribadi mereka aman, maka cenderung melakukan pembelian secara online.
2. Kerahasiaan data
Pentingnya informasi pribadi tinggi. Informasi yang bocor ke tangan yang salah dapat menimbulkan banyak masalah bagi pemiliknya yang sah. Inilah sebabnya mengapa menjaga kerahasiaan informasi pelanggan sangat penting.
3. Nomor resi pengiriman sebagai bukti pembelian
Layanan ekspedisi mengeluarkan tanda terima, yang diidentifikasi dengan nomor unik, setelah menerima barang yang akan dikirim. Pengirim atau vendor dapat menggunakan nomor khusus ini sebagai bukti pengidentifikasi pengirim di masa mendatang. Selain itu, pembeli atau penerima dapat menggunakan nomor resi ini untuk memantau kemajuan pengiriman.

Kemudahan

Menurut (Nidhom, 2019) mengemukakan bahwa kemudahan suatu produk yang tentunya mampu dapat dipergunakan oleh sekelompok orang secara khusus berguna meraih serangkaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan cara yang menghasilkan pengalaman positif bagi orang-orang tersebut adalah ukuran kegunaan atau kenyamanannya.

Menurut (Susanto, 2021) Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna menganggap sistem mudah dipelajari dan dioperasikan tanpa memerlukan banyak latihan. Oleh karena itu, istilah "kenyamanan" mengacu pada sistem yang dirancang untuk mempermudah pengguna daripada mempersulit. Akibatnya, menggunakan sistem tertentu akan memudahkan pengguna untuk melakukan tugas daripada seseorang yang melakukan semuanya dengan tangan.

Kemudahan adalah faktor-faktor seperti betapa sedikit pekerjaan yang diperlukan untuk menggunakan sistem dan betapa sederhananya proses pengiriman paket bagi orang biasa untuk terlibat.

Indikator dalam penelitian ini mengambil pendapat Anggraeni dalam (Musvaida, 2021), yaitu:

1. Sistem tentunya akan lebih mudah untuk digunakan
2. Kebutuhan pengguna dapat dengan mudah diakomodasi oleh sistem.
3. Memanfaatkan sistem akan meningkatkan kemampuan pengguna.
4. Sistem dapat digunakan dengan sedikit usaha.

Kepercayaan

Hasan dalam (Ettah & Pondaag, 2019) mengungkapkan bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai rasa percaya pada ketergantungan bisnis yang diputuskan oleh validasi metodis dari harapan penawaran perusahaan. Menurut (Ramadhan, 2019) Kepercayaan adalah ketika orang atau pengguna layanan secara aktif mempercayai penyedia layanan sehubungan dengan semua bahaya yang terlibat, karena pelanggan memiliki harapan yang menguntungkan dan penyedia layanan sebelumnya telah berjanji untuk memberikan hasil yang baik.

Menurut Robbins & Marlinda dalam (Cindy Mahardika Sari, 2021) mendefinisikan kepercayaan di antara konsumen berkembang menjadi antisipasi optimis yang melampaui kata-kata, perbuatan, dan pilihan. Kapan saja, seseorang dapat memutuskan untuk menaruh kepercayaan mereka pada orang lain, sehingga mengubah tindakan mereka di masa depan. Gagasan Mowen dan Minor sangat mendalam (Husniadi, 2021) menyatakan bahwa keyakinan konsumen dapat didefinisikan sebagai kumpulan keyakinan pelanggan tentang kualitas dan nilai suatu barang. Perusahaan, orang, dan barang adalah semua objek yang mungkin dimiliki seseorang.

Kepercayaan memiliki indikator pada penelitian ini di ambil menurut pandangan (Priansa, 2017) ialah sebagai berikut:

1. Kejujuran
2. Keandalan
3. Kredibilitas
4. Kepedulian

Kepuasan Pelanggan

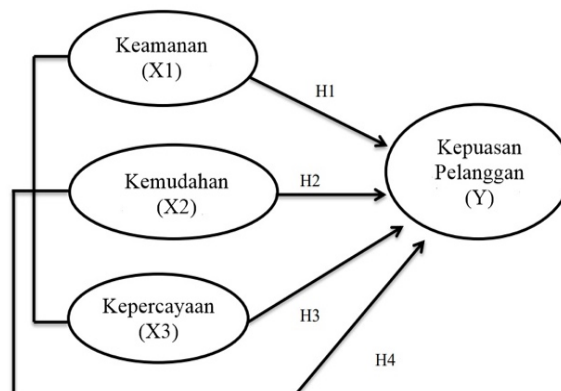
Merujuk (Winata & Evyanto, 2021) Kepuasan konsumen adalah suatu reaksi klien, apakah positif atau negatif tergantung pada bagaimana kinerja yang diinginkan dibandingkan dengan yang sebenarnya. Menurut (Indrasari, 2019) mengemukakan bahwa pada akhirnya, setiap bisnis berharap berhasil karena telah memuaskan permintaannya. Kepuasan pelanggan tidak hanya penting untuk kelangsungan bisnis, tetapi juga dapat memberikan keunggulan kompetitif. Pelanggan yang memiliki pengalaman positif lebih mungkin untuk kembali lagi untuk hal yang sama ketika dibutuhkan. Lovelock dan Wirtz dalam (Masiaga et al., 2022) mengatakan bahwa kepuasan adalah sikap yang ditentukan oleh pengalaman hidup seseorang/ Kesuksesan suatu produk di pasar bergantung pada seberapa efektif produk tersebut memenuhi kebutuhan audiens sasarannya.

Adapun indikator yang berlandaskan atas kepuasan pelanggan menurut Dharma dalam (Winata & Evyanto, 2021) antara lain:

1. Kemudahan klien menerima layanan.
2. Meyakinkan klien bahwa mereka membutuhkan layanan Anda adalah prioritas.
3. Keinginan kuat untuk melanjutkan layanan sebelumnya.
4. Untuk merasakan kepuasan (kepuasan) ketika kebutuhan seseorang terpenuhi.

Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan kerangka yang dipakai sebagai dasar dalam penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis berikut dirumuskan berdasarkan kerangka teori tersebut di atas:

- H1: Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Lion Parcel.
H2: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Lion Parcel.
H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Lion Parcel.
H4: Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan secara simultan mampu memberi pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Lion Parcel.

Metode

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Sampel atau seluruh populasi dapat dikumpulkan dengan menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Sifat penelitian merupakan suatu gambaran penelitian yang bersifat deskriptif, dengan kata lain penelitian ini menjelaskan tentang masalah yang terjadi pada objek penelitian tersebut. Penelitian deskriptif juga menjelaskan secara sistematis mengenai fakta-fakta dari variabel yang tentu akan mampu dipergunakan pada temuan penelitian ini.

Menurut (Sugiyono, 2018), populasi adalah studi tentang hal-hal atau orang-orang dengan fitur atau atribut yang telah ditentukan sebelumnya untuk memperoleh kesimpulan yang lebih luas tentang hal-hal atau orang-orang tersebut. Warga Batam yang pernah menggunakan jasa Lion Parcel menjadi subjek penelitian ini. Sampel mewakili subset dari populasi, mewakili baik dari segi ukuran dan komposisi. Hasil penyusunan harus mewakili populasi (kelompok yang tidak diketahui), oleh karena itu digunakan rumus Cochran untuk menghitung besar sampel.

$$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Sumber: (Lestari, 2019)

Keterangan:

n = Jumlah yang mengacu pada anggota sampel

t = besarnya Z yang berlandaskan pada taraf signifikansi = 0,05 maka Z= 1,96

p = estimator yang mengacu pada proporsi populasi (0,5)

d = berdasarkan kekeliruan yang mengacu pada sampel yang diprediksikan 10%

$$q = 1-p (1 - 0,5 = 0,5)$$

$$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100 \text{ sampel}$$

Melalui perhitungan rumus *Cochran* diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang responden.

Untuk mengumpulkan data penelitian ini, responden dikirimkan kuesioner (pertanyaan) melalui *Google Forms*. Melalui pemberian urutan pertanyaan atau pertanyaan secara tertulis, kuesioner adalah alat dalam melakukan suatu pengumpulan atas suatu data yang mampu memberikan jawaban untuk setiap responden. Kuesioner ini menggunakan skala *Likert* yang memenuhi standar untuk mengukur respons, sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) mampu mendapatkan nilai 5
2. Setuju (S) mampu mendapatkan nilai 4
3. Netral (N) mampu mendapatkan nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) mampu mendapatkan nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) mampu mendapatkan nilai 1

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner

Variabel	No	Pernyataan
Keamanan (X1)	1	Lion Parcel mampu menjaga keamanan barang yang dikirim.
	2	Lion Parcel memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan.
	3	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Lion Parcel.
	4	Saya yakin Lion Parcel dapat menjaga informasi pribadi.
	5	Keamanan pelanggan terjamin dalam bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman.
Kemudahan (X2)	1	Saya belajar menggunakan situs Lion Parcel dengan cepat.
	2	Saya dengan mudah mendapatkan yang ingin dicari pada situs Lion Parcel.
	3	Semakin sering mengakses situs Lion Parcel maka saya akan mahir menggunakannya.
	4	Saya merasa situs Lion Parcel mudah diakses dan digunakan.
	5	Saya dengan mudah melacak posisi paket barang kiriman melalui situs Lion Parcel.
Kepercayaan (X3)	1	Lion Parcel memiliki karyawan yang jujur.
	2	Lion Parcel memiliki karyawan yang handal.
	3	Saya merasa Lion Parcel dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab.
	4	Lion Parcel memiliki reputasi yang baik.
	5	Lion Parcel selalu memberikan kepedulian kepada pelanggan.
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	Saya merasakan kenyamanan dalam pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh Lion Parcel.
	2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Lion Parcel.

Variabel	No	Pernyataan
	3	Saya merasa puas dan kembali menggunakan jasa pengiriman Lion Parcel.
	4	Saya akan merekomendasikan Lion Parcel kepada orang lain.
	5	Saya merasa puas dengan keramahan karyawan Lion Parcel dalam melayani pelanggan.

Metode analisisnya adalah kuantitatif, dan tujuannya adalah untuk menentukan pengaruh faktor penjelas terhadap variabel dependen. Penelitian kuantitatif memerlukan analisis data yang dikumpulkan dari sampel besar responden atau sumber lain. Setelah mengumpulkan data dari hasil kuesioner, langkah selanjutnya adalah menganalisisnya untuk menguji hipotesis penelitian. Penelitian ini mengungkapkan bahwa SPSS versi 25 adalah yang paling efektif untuk menganalisis data yang disajikan di sini. Metode-metode yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan dalam analisis data untuk melukis gambar baik menggunakan subset data atau dataset lengkap untuk menggambarkan fenomena yang sedang dipelajari. Sebagai sarana untuk mengumpulkan informasi dari responden, digunakan statistik deskriptif dari hasil kuesioner yang dikirimkan kepada pelanggan pengiriman Lion Parcel di Batam. Perhitungan rata-rata, modus, median, desil, dan persentil serta persentase, rata-rata, dan standar deviasi adalah contoh statistik deskriptif (Sudaryono, 2019).

2. Uji Kualitas Data

Setelah data diperoleh, mereka diperiksa validitas dan reliabilitasnya. Karena kuesioner digunakan sebagai standar untuk penelitian dalam penelitian ini, validitas dan reliabilitasnya harus diperiksa.

a) Uji Validitas Data

Meneliti seberapa baik kuesioner berdiri untuk uji validitas. Merujuk temuan (Sudaryono, 2019), validitas ialah Indeks mengevaluasi seberapa baik metode bekerja.

b) Uji Reliabilitas

Menurut (Sudaryono, 2019), dengan memeriksa instrumen sekali saja dan kemudian menganalisis data menggunakan metode tertentu, pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Penelitian ini memberikan wawasan tentang ketergantungan instrumen yang diharapkan. Menurut (Sudaryono, 2019) jika nilai instrumen atau *Cronbach's Alpha* untuk variabel yang bersangkutan lebih dari 0,60, maka variabel tersebut dianggap reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Beberapa uji yang termasuk dalam analisis ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dengan korelasi parsial, dan uji heteroskedastisitas. Berikut ini adalah beberapa interpretasi terpenting dari setiap uji.

a) Uji Normalitas Data

Melakukan uji normalitas tentunya untuk memberi tahu apakah data populasi sampel mengikuti distribusi normal atau tidak. Ketika model regresi mengikuti distribusi normal, kita katakan itu kuat. Jika Anda memplot residual dari distribusi normal, Anda mendapatkan kurva berbentuk lonceng. Regression Residual Histogram, Chi Square, dan Kolmogorov-Smirnov adalah alat yang bagus untuk melakukan suatu penentuan apakah data kita terdistribusi normal atau tidak. Nominal residu standar dianggap normal tentunya apabila terdapatnya nominal *Kolmogorov-Smirnov Z* yang tentunya mampu lebih kecil dari Z_{tabel} maupun nominal Probabilitas Sig yang tentunya mampu lebih besar dari ; $sig > 0,05$ (Sudaryono, 2019).

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini tentunya mampu memberi suatu tujuan untuk mengetahui apakah model regresi mampu mengidentifikasi hubungan antar variabel independen.

Multikolinearitas dapat dideteksi jika VIF kurang dari 10 selanjutnya toleransi lebih dari 0,10 (Lestari, 2019).

c) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan yang berlandaskan atas uji heteroskedastisitas yaitu untuk menentukan apakah observasi residual yang berlandaskan atas model regresi tertentu memiliki varians yang tidak sama atau tidak.

4. Uji Pengaruh

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda yaitu perkembangan dari regresi linier dasar dengan menggunakan lebih banyak variabel dalam analisis (Sudaryono, 2019).

b) Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menghitung proporsi varians variabel dependen yang dapat dikaitkan dengan variabel independen model memerlukan analisis koefisien determinasi (Ningsih & Dukalang, 2019).

c) Uji T

Dampak variabel independen kepada variabel dependen dapat dinilai tentunya mampu dengan mempergunakan pengujian ini.

d) Uji F

Uji-F adalah teknik statistik untuk menentukan apakah variabel dependen model adalah hasil dari efek gabungan dari semua variabel independen dalam model (Ningsih & Dukalang, 2019).

Hasil

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 2. Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Keamanan	X1.1	0,641	0,1966	Valid
	X1.2	0,571		
	X1.3	0,754		
	X1.4	0,827		
	X1.5	0,727		
Kemudahan	X2.1	0,694	0,1966	Valid
	X2.2	0,704		
	X2.3	0,787		
	X2.4	0,708		
	X2.5	0,769		
Kepercayaan	X3.1	0,757	0,1966	Valid
	X3.2	0,732		
	X3.3	0,746		
	X3.4	0,802		
	X3.5	0,727		
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,706	0,1966	Valid
	Y.2	0,720		
	Y.3	0,787		
	Y.4	0,795		
	Y.5	0,695		

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 2, dapat disimpulkan bahwa uji validitas pada penelitian ini valid karena masing-masing variabel $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reabilitas

Tabel 3. Pengujian Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keamanan	0,748	Reliabel
Kemudahan	0,781	
Kepercayaan	0,807	
Kepuasan Pelanggan	0,793	

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 3, dapat disimpulkan *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka disebut reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Pengujian Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,05690836
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,080
	<i>Positive</i>	,080
	<i>Negative</i>	-,055
<i>Test Statistic</i>		,080
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,118 ^c

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 4, membuktikan *Asymp. Sig. (2-tailed)* berjumlah 0,118 maka peneliti disebut mempunyai data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Pengujian Multikolinearitas

Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Keamanan	0,285	3,515
	Kemudahan	0,374	2,672
	Kepercayaan	0,358	2,791

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 5, menunjukkan nilai VIF dari X1 yaitu 3,515 < 10, X2 yaitu 2,672 < 10, X3 yaitu 2,791 < 10, Nilai *Tolerance* X1 yaitu 0,285 > 0,10, X2 yaitu 0,374 > 0,10, X3 yaitu 0,358 > 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas terhadap variable bebas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Pengujian Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	,005
	Keamanan	,359
	Kemudahan	,703
	Kepercayaan	,901

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 6, disimpulkan tanda heteroskedastisitas nilai signifikan > 0,05, X1 yaitu 0,359, X2 yaitu 0,703, X3 yaitu 0,901 > 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Pengujian Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,953	1,115	
	Keamanan	,104	,115	,101
	Kemudahan	,536	,098	,530
	Kepercayaan	,245	,098	,248

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 7, disimpulkan:

1. Konstanta memperoleh nilai 1.953. Apabila variabel keamanan, kemudahan, dan kepercayaan bernilai nol ataupun tidak adanya penambahan maka kepuasan pelanggan bernilai 1.953.
2. Keamanan (X1) memperoleh nilai 0.104 atau 10.4% artinya keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika keamanan naik 1% maka kepuasan pelanggan juga naik 0.104 atau 10.4%.
3. Kemudahan (X2) memperoleh nilai 0.536 atau 53.6% artinya kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika kemudahan naik 1% maka kepuasan pelanggan juga naik 0.536 atau 53.6%.
4. Kepercayaan (X3) memperoleh nilai 0.245 atau 24.5% artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika kepercayaan naik 1% maka kepuasan pelanggan juga naik 0.245 atau 24.5%.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Pengujian R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,812 ^a	,660	,649	2,089

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 8, bahwa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,649 atau 64,9% yang bisa dilihat dari *Adjusted R Square*, sedangkan sisanya terpengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Pengujian t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,953	1,115		1,752	,083
	Keamanan	,104	,115	,101	,902	,369
	Kemudahan	,536	,098	,530	5,447	,000
	Kepercayaan	,245	,098	,248	2,495	,014

Sumber: Pengolaha Data SPSS 25, 2022

Dilihat dari tabel 9, dapat disimpulkan:

1. Keamanan (X1) dengan $t_{hitung} 0,092 < t_{tabel} 1,985$ dan signya $0,369 > 0,05$ disimpulkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kemudahan (X2) dengan $t_{hitung} 5,447 > t_{tabel} 1,985$ dan signya $0,000 < 0,05$ disimpulkan secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kepercayaan (X3) dengan $t_{hitung} 2,495 > t_{tabel} 1,985$ dan signya $0,014 < 0,05$ disimpulkan secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 10. Pengujian f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	813,384	3	271,128	62,141	,000 ^b
	Residual	418,856	96	4,363		
	Total	1232,240	99			

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25, 2022

Diketahui bahwa keamanan, kemudahan, dan kepercayaan memperoleh $F_{hitungnya} 62,141 > f_{tabel} 2,70$ dengan *signya* $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan secara simultan keamanan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian pada PT Lion Parcel dengan teknik pengumpulan data maka penulis dapat menyimpulkan bahwa Keamanan pada PT Lion Parcel tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kemudahan pada PT Lion Parcel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kepercayaan pada PT Lion Parcel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan pada PT Lion Parcel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Daftar Pustaka

Cindy Mahardika Sari, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya) Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(Mei), 17.

Ettah, N. P., & Pondaag, J. J. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Mobil Pada PT . Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Emba*, 7(3), 3069–3078.

Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3), 34–43.

Husniadi. (2021). Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Wulan Kokula Selama Masa COVID -19. *Jurnal kebangsaan*, 10(20), 52–58. Diambil dari <http://www.jurnal.uniki.ac.id/index.php/jkb/article/view/92>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19. Diambil dari <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>

Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). *Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Manado Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com*. 10(2), 900–910.

Musvaida, A. H. (2021). *Pengaruh Kepercayaan,Keamanan dan Kemudahan Terhada Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express (Studi Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang)*. 70–79.

Nidhom, A. M. (2019). *Interaksi Komputer dan Manusia*. Ahlimedia Book.

Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi

- Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan I). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ramadhan, M. A. F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34. <https://doi.org/10.32663/crmj.v3i2.1550>
- Sudaryono, D. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method Edisi Kedua*. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, D. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Minat Belanja Online Dedi Susanto Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka. 48–58.
- Winata, W., & Evyanto, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Kota Batam. 1–8.