

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya bisnis jual beli *online* yang dilaksanakan oleh pelaku bisnis *online* yang terdiri dari masyarakat bahkan perusahaan-perusahaan toko *online*. Bisnis *online* membutuhkan jasa pengiriman barang sebagai penyalur antara penjual dan pembeli. Bisnis bidang jasa mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun-tahun sebelumnya. Banyaknya usaha yang ada semakin membuat banyak perusahaan tertarik dalam bersaing.<sup>1</sup>

Persaingan pasar, terutama persaingan dengan pasar sejenis. Perusahaan semakin perlu menyediakan sesuatu yang dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan agar dapat bergerak lebih cepat, menarik perhatian konsumen, dan tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan. Perusahaan harus mampu menciptakan lebih banyak visibilitas bagi pelanggan dan menginspirasi kepercayaan pelanggan, baik dari segi harga maupun kualitas. Dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai suatu tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing.<sup>2</sup>

Dalam pandangan Islam, bisnis adalah suatu kegiatan atau bentuk usaha yang dilakukan oleh makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna "*manusia*" untuk mencari rezeki, dalam penerapan bisnis Islam hendaknya tidak melupakan etika pada saat menjalankan bisnisnya. Seorang muslim tidak boleh menghalalkan berbagai cara untuk memperoleh profit maksimal dalam bisnisnya. Karena dengan etika bisnis Islam penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam

---

<sup>1</sup> Frizky Yuniarta, Ika Barokah S., dan Gusti Ayu Wulandari, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 6, no. 2 (29 Mei 2019): 152, <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11160>.

<sup>2</sup> Asrizal Efendy Nasution Dan Muhammad Taufik Lesmana, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan)" 1, No. 3 (2018): 7.

menjalankan bisnis Islam.<sup>3</sup> Sebagaimana diterangkan dalam Q.S An-Nisa' ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا  
 اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu (QS. An-Nisa' : 29).<sup>4</sup>

Selain untuk mendapatkan profit maksimal perusahaan juga harus memperhatikan kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan bisnisnya. Bagi perusahaan yang ingin bertahan dalam jangka waktu yang panjang maka menarik kepuasan konsumen sangatlah penting. Dengan adanya kepuasan pelanggan maka akan menarik banyak perhatian konsumen dan calon konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk atau jasa yang di ciptakan oleh suatu perusahaan.<sup>5</sup>

Kepuasan adalah tingkat kekecewaan atau kesenangan seseorang dari hasil membandingkan kinerja yang diharapkan dari suatu produk atau layanan.<sup>6</sup> Kepuasan konsumen dapat diukur dari seberapa baik mereka mengenal dan menggunakan produk atau jasa tersebut<sup>7</sup> Apalagi dengan pelanggan baru yang masih familiar

<sup>3</sup> Iwan Aprianto dkk., *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4.

<sup>4</sup> Iwan Aprianto Dkk., *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4–7.

<sup>5</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran* (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2015), 2.

<sup>6</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th Edn 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 139.

<sup>7</sup> T C Mawey, A L Tumbel, dan I W J Ogi, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT BANK SULUTGO" 6, no. 3 (2018): 10.

dengan bisnis saat ini, tidak mudah mendapatkan umpan balik yang baik atau diinginkan dari pelanggan.

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara batiniah maupun lahiriah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang dan jasa yang di konsumsi atau digunakan harus halal, dalam mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa tidak berlebih-lebihan dan tidak mengandung riba.<sup>8</sup>

Dalam mencapai kepuasan pelanggan, suatu perusahaan harus memperhatikan harga yang ditawarkan kepada pelanggan dan apa saja yang dicapai harga tersebut. Harga merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan untuk menarik pelanggan. Semua perusahaan berusaha untuk menetapkan harga yang dapat dijangkau konsumen agar lebih baik dari pesaingnya. Harga sebagai alat ukur dalam memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu produk barang atau jasa. Dalam menentukan harga, suatu perusahaan tidak boleh dengan sesuka hati menetapkan angka untuk produk maupun jasanya.<sup>9</sup>

Harga dalam ekonomi Islam, di tentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan.<sup>10</sup> Artinya, tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniayan, yaitu keadaan yang salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain.<sup>11</sup>

Dengan adanya harga sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka bisa dengan mudah menarik perhatian konsumen. Harga harus sesuai dengan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang terkait dengan layanan, produk atau

---

<sup>8</sup> Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam," *El-Faqih: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5, no. 1 (30 April 2019): 110–11, <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.

<sup>9</sup> Fifin Anggraini Dan Anindhyta Budiarti, "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 8, No.3 (3 September 2020) : 86–94

<sup>10</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 160.

<sup>11</sup> Rozalinda, 221.

jasa, orang, dan proses lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan.<sup>12</sup> Untuk memenuhi harapan-harapan yang diinginkan oleh pelanggan, perusahaan harus memiliki standar-standar kualitas pelayanan yang dijadikan pedoman dalam memenuhi harapan tersebut. Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan yang terbaik dan kenyamanan akan menjadi kesan tersendiri bagi para pelanggan. Ia akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atas produk atau jasa yang telah di gunakan

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
 اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ  
 وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ  
 حَمِيْدٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Selain harga dan kualitas pelayanan yang menjadi kepuasan pelanggan, kepercayaan konsumen juga penting bagi

<sup>12</sup> Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjarini, Dan Harnoto Harnoto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3, No. 1 (1 Januari 2020): 26–38, <https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i1.115>.

suatu perusahaan. Kepercayaan adalah kesediaan pelanggan untuk mempercayai atau mengandalkan suatu perusahaan dalam situasi yang berisiko karena mereka mengharapkan hasil positif dari merek tersebut. Pelanggan yang percaya pada suatu perusahaan berarti mereka memiliki keyakinan yang besar terhadap perusahaan, yang pada akhirnya menyebabkan pelanggan memelihara hubungan emosional yang kuat, membuat keputusan untuk menggunakan produk perusahaan lebih terbuka dan kepuasan pelanggan menjadi terlihat seperti itu.<sup>13</sup>

Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan.<sup>14</sup> Pelaku bisnis yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak di akhirat bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada'. Sedangkan mereka semua di akhirat tidak memiliki tempat melainkan di surga.<sup>15</sup>

Pada zaman dahulu masyarakat hanya mengandalkan jasa kantor pos yang digunakan sebagai tempat mengirim surat atau barang. Namun, dengan berkembangnya zaman dengan kecanggihan teknologinya beserta kemudahan dan manfaatnya, sekarang banyak perusahaan jasa yang mendirikan pengiriman antar barang di Indonesia sebagai mitra bagi pebisnis-pebisnis yang menjalankan bisnisnya dengan sistem *online*, misalnya JNE, TIKI, J&T, Anteraja, Si Cepat Halu, Shopee Express, Wahana, Id Express dan masih banyak lagi. Salah satu bisnis pengiriman barang yang terkenal dan berkembang pesat di Indonesia yaitu J&T Express dengan pencapaian total jumlah pelanggan yang lebih dari 100 juta pelanggan di seluruh Indonesia.<sup>16</sup>

Selama masa berdirinya, J&T Express memiliki beberapa penghargaan yang membuat semakin bertambah maju dan

---

<sup>13</sup> Mawey, Tumbel, dan Ogi, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT BANK SULUTGO."

<sup>14</sup> Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 35.

<sup>15</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 294.

<sup>16</sup> Kontan, "Capai 100 Juta Pelanggan, J&T Express Gelar Program Apresiasi Miliaran Rupiah kepada Pelanggan," 2021, <https://pressrelease.kontan.co.id/release/capai-100-juta-pelanggan-jt-express-gelar-program-apresiasi-miliaran-rupiah-kepada-pelanggan>.

berkembangnya usaha pengiriman barang yang dijalankan. Penghargaan yang pernah diraih yaitu tahun 2018 mendapat Top Brand Awards sebagai jasa kurir terbaik di Indonesia dan mendapat penghargaan Top Brand Index di setiap tahunnya. Pada tahun 2020 J&T Express mampu mencapai Hari Belanja Online Nasional di acara 12.12 dengan melampaui rekor pengiriman mencapai 20 juta paket.<sup>17</sup> Penghargaan Top Brand Award merupakan penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang menjadi pilihan terbaik konsumen yang diadakan di setiap tahunnya. Berikut data Top Brand Award pada jasa ekspedisi di setiap tahunnya.

**Tabel 1.1**

**Tabel Top Brand Index**

2018		2019		2020		2021		2022	
Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI
JNE	45,0%	JNE	26,4%	JNE	27,3%	J&T	33,4%	JNE	39,3%
J&T	13,9%	J&T	20,3%	J&T	21,3%	JNE	28,0%	J&t	23,1%
TIKI	13,5%	TIKI	12,6%	TIKI	10,8%	TIKI	11,2%	TIKI	11,1%

Sumber : [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index /](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/)

J&T Express berhasil memberikan layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia. Salah daerah yang masuk dalam kategori titik operasi pengantaran J&T Express yaitu Kecamatan Pecangaan. Pecangaan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah yang terdiri dari 12 Desa. Adapun kantor J&T Express di Pecangaan yang terletak di Jl. Raya Jepara-Kudus, RT. 03/Rw. 1 Pecangaan Kulon, Kec. Pecangaan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59462, Indonesia. J&T Exspress mulai beroperasi setiap hari di mulai pukul 07.30 sampai 18.30 tanpa hari libur.<sup>18</sup>

Dikawasan sekitar pecangaan banyak titik operasi pengantaran atau kantor pengiriman barang seperti TIKI, Shopee Express, Si Cepat, Ninja, POS Indonesia, dan masih banyak lagi dengan harga yang berbeda-beda dan tentunya kualitas pelayanan yang berbeda juga.<sup>19</sup> Banyaknya pasar sejenis dengan harga yang lebih murah dan layanan yang lebih baik sehingga daya saing semakin kuat untuk lebih unggul satu sama lain.

<sup>17</sup> “J&T Express Massif Menyasar Bisnis Mikro di Level Mahasiswa,” diakses 3 November 2022, <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/jt-express-massif-menyasar-bisnis-mikro-di-level-mahasiswa/>.

<sup>18</sup> “J&T Express Pecangaan,” t.t.

<sup>19</sup> “J&T Express Pecangaan.”

Berikut jumlah pelanggan jasa layanan pengiriman J&T Express Cabang Pecangaan 2018-2022.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pelanggan Jasa Layanan Pengiriman J&T Express Cabang Pecangaan**

Tahun	Jumlah Pelanggan
2018	1.937
2019	1.564
2020	1.382
2021	1.856
2022	2.577

Sumber : J&T Express Pecangaan

Dilihat dari tabel tersebut jumlah pelanggan J&T Express mengalami kenaikan dan penurunan dalam pengiriman barang di setiap tahunnya. Meskipun mengalami kenaikan dalam jumlah pelanggan tidak membuktikan bahwa semua pelanggan akan merasa puas dengan pengiriman yang dilakukan J&T Express. Hal ini bisa terjadi karena harga yang ditetapkan J&T Express lebih mahal dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya sehingga akan kalah saing dengan jasa yang menetapkan harga yang murah, selanjutnya pelayanan yang diberikan oleh J&T Express masih kurang baik dikarenakan banyaknya paket yang hilang serta rusak, dan pihak perusahaan masih kurang memperhatikan komplain dari pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan mengakibatkan kurang percayanya pelanggan di J&T Express Cabang Pecangaan sebab pelayanannya yang masih kurang baik. Tentu saja hal ini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menjadikan perusahaan harus bisa meningkatkan pelayanan pengiriman untuk meningkatkan jumlah pelanggan di setiap tahunnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Chao Shen Dan Yazkhiruni Yahya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana hasilnya mengarah pada loyalitas pelanggan.<sup>20</sup> Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Faisal Tehseen Shah, dkk menunjukkan bahwa kualitas layanan dan niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap

---

<sup>20</sup> Chao Shen Dan Yazkhiruni Yahya, "The Impact Of Service Quality And Price On Passengers' Loyalty Towards Low-Cost Airlines: The Southeast Asia Perspective," *Journal Of Air Transport Management* 91 (Maret 2021): 101966, <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101966>.

kepuasan pelanggan.<sup>21</sup> Penelitian serupa yang dilakukan oleh Md. Uzir Hossain Uzir, dkk menunjukkan bahwa kualitas layanan, nilai yang dirasakan pelanggan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>22</sup>

Namun penelitian yang dilakukan oleh Mawey, Tumbel, dan Ogi menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yakni secara parsial kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara stimulan kepercayaan dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>23</sup> Penelitian yang dilakukan J M Bansaleng, J L Sepang, dan J L A Tampenawas juga menyatakan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yakni harga dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan.<sup>24</sup> Selain itu, penelitian lain yang menunjukkan hasil berbeda, yakni penelitian yang dilakukan oleh Eka Ni'matul Choiriah menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>25</sup>

Dari permasalahan di atas dan dari hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan kesenjangan antara variabel satu dengan yang lain, bahwasannya di hasil yang diperoleh tidak semuanya signifikan melainkan terdapat hasil yang tidak signifikan, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian menggunakan

---

<sup>21</sup> Faisal Tehseen Shah Dkk., "The Impact Of Airline Service Quality On Passengers' Behavioral Intentions Using Passenger Satisfaction As A Mediator," *Journal Of Air Transport Management* 85 (Juni 2020): 101815, <https://doi.org/10.1016/J.Jairtraman.2020.101815>.

<sup>22</sup> Md. Uzir Hossain Uzir dkk., "The Effects of Service Quality, Perceived Value and Trust in Home Delivery Service Personnel on Customer Satisfaction: Evidence from a Developing Country," *Journal of Retailing and Consumer Services* 63 (November 2021): 102721, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>.

<sup>23</sup> Mawey, Tumbel, dan Ogi, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT BANK SULUTGO."

<sup>24</sup> J M Bansaleng, J L Sepang, dan J L A Tampenawas, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Xi Di Manado," 2021.

<sup>25</sup> Eka Ni'matul Choiriah, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang)," 2019.



variabel terkait tetapi dengan objek yang berbeda dari peneliti sebelumnya. Karena banyaknya penyebab kepuasan pelanggan, maka penulis kali ini akan berfokus pada tiga variabel yaitu harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka judul dalam penelitian ini yaitu : **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penggunaan Jasa J&T Express Cabang Pecangaan Ditinjau Dalam Perspektif Islam.**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa pengiriman barang J&T Exspress Cabang Pecangaan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa pengiriman barang J&T Express Cabang Pecangaan
3. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa pengiriman barang J&T Express Cabang Pecangaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa pengiriman barang J&T Exspress Cabang Pecangaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa pengiriman barang J&T Exspress Cabang Pecangaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan jasa pengiriman barang J&T Exspress Cabang Pecangaan.

## **D. Manfaat**

Harapan dari penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis :

1. Teoritis  
Hasil dari penelitian bisa membantu dalam penelitian selanjutnya sebagai rujukan yang terkait dengan variabel-variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepercayaan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pedoman bagi pihak manajemen terkait pengaruh harga, kualitas layanan, dan kepercayaan, terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan utama perusahaan.

**E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan mempermudah dalam memahami setiap bagian yang ada dalam skripsi. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian awal proposal skripsi ini memuat beberapa halaman meliputi halaman judul, halaman persetujuan pembimbingan skripsi, halaman pengesahan skripsi, halaman pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, pedoman transliterasi arab latin, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, dan daftar table.

2. Bagian Isi

Bagian isi proposal skripsi ini memuat lima bab, diantaranya adalah :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini meliputi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini meliputi jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, uji validitas dan realibilitas instrument, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bb ini meliputi objek penelitian, deskripsi hasil data penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrument, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang ditulis peneliti berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilaksanakan.

3. Bagian Akhir

Di bagian akhir proposal skripsi ini memuat daftar pustaka beserta lampiran-lampiran yang mendukung penelitian pada proposal skripsi ini.

