

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA
INDAH CARGO LOGISTIK JAMIN GINTING
MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
CICILIA
191010182**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

Judul : PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA
INDAH CARGO LOGISTIK JAMIN GINTING
MEDAN

Nama : Cicilia

NIM : 191010182

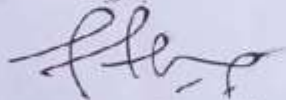
Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 08 Juli 2023

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Hommy Dorthy Ellvany Sinaga, S.T., M.M.
NIDN: 0112027303

Pembimbing II,



Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.
NIDN: 9901001658

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA INDAH CARGO LOGISTIK
JAMIN GINTING MEDAN
Nama : Cicilia
NIM : 191010182
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 08 Juli 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202



Penguji II : Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN : 0117126501



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian, maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Cielia
NIM	191010182
Judul Skripsi	Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing - I	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
Pembimbing - II	Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 12 Mei 2023



Cielia
191010182

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA INDAH CARGO LOGISTIK JAMIN GINTING MEDAN”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T., S.Pd., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
7. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.

8. Kepala Bagian Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 12 Mei 2023
Penulis



Cicilia
191010182

ABSTRAK

Cicilia, 191010182, 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II: Bapak Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *People*, *Process* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selama periode 2017-2021 yang jumlahnya tidak pasti atau tidak dapat diketahui. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair dan berjumlah 110 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Kepuasan Pelanggan = -1,955 + 0,477 *People* + 0,112 *Process* + 0,406 *Physical Evidence* + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel *People* berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dimana $t_{hitung} 7,518 > t_{tabel} 1,982$, variabel *Process* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dimana $t_{hitung} 1,836 < t_{tabel} 1,982$ dan variabel *Physical Evidence* berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dimana $t_{hitung} 6,815 > t_{tabel} 1,982$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 110,294 > F_{tabel} 2,69$ yang berarti variabel bebas yaitu *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 75,10% variabel Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dipengaruhi oleh variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence*, sedangkan sisanya sebesar 24,90% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti *Price*, *Promotion* dan *Place* yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *People*, *Process*, *Physical Evidence*, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Cicilia, 191010182, 2023. *The Influence of Service Marketing Strategy in Increasing Customer Satisfaction at Indah Cargo Logistic Jamin Ginting Medan. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Advisor II: Mr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.*

This study aims to determine how much influence People, Process and Physical Evidence on Customer Satisfaction at Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. The research methodology used is descriptive quantitative method, the unit of analysis in this study is Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. The population in this study are all consumers who made purchases at Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan during the 2017-2021 period whose number is uncertain or cannot be known. The technique for determining the number of samples used in this study used the Hair formula and amounted to 110 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research which is carried out systematically based on the research objectives. The analytical method used to solve the problem and prove the hypothesis is descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination (R^2). From the analysis obtained a regression analysis of **Customer Satisfaction = 1,955 + 0,477 People + 0,112 Process + 0,406 Physical Evidence + e**. The t test results show People variable had a positive and significant on Customer Satisfaction at Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan where $t_{count} 7,518 > t_{table} 1,982$, Process variable had no positive and no significant on Customer Satisfaction at Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan where $t_{count} 1,836 < t_{table} 1,982$ and Physical Evidence variable had a positive and significant on Customer Satisfaction at Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan where $t_{count} 6,815 > t_{table} 1,982$. The F test results that show $F_{count} 110,294 > F_{table} 2,69$ that means the independent variables People, Process and Physical Evidence had a positive and significant on Customer Satisfaction at Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Test results of the coefficient of determination (R^2) indicate that 75,10% of Customer Satisfaction variable are supported by People, Process and Physical Evidence variables, while 24,90% are discussed by other factors or variables outside the model such as Price, Promotion and Place that not discussed in in this research.

Keywords: People, Process, Physical Evidence, and Customer Satisfaction

MOTTO

Sekolahkan keliru bila ia tidak tahu diri bahwa peranannya tidak seperti yang diduga selama ini. Ia bukan penentu gagal tidaknya seorang anak. Ia tak berhak menjadi perumus masa depan.

(Goenawan Mohamad)

PERSEMBAHAN

Yang pertama, skripsi ini saya persembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa.

Yang kedua, untuk orangtua yang saya sayangi.

Yang ketiga, untuk temen-temen seperjuangan.

Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan. Semoga kita semua selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang! Amin!😊

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	9
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 12	
2.1 Landasan Teori.....	12
Teori Tentang Kepuasan Pelanggan.....	12
Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
Konsekuensi Kepuasan Pelanggan.....	13
Kunci Menciptakan Pelayanan dan	
Kepuasan Pelanggan.....	14

Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.2 Teori Tentang <i>People</i>	16
2.1.2.1 Pengertian <i>People</i>	16
2.1.2.2 Faktor-Faktor dari Aspek Sumber Daya Manusia yang Mempengaruhi Konsumen	17
2.1.2.3 Indikator <i>People</i>	17
2.1.3 Teori Tentang <i>Process</i>	19
2.1.3.1 Pengertian <i>Process</i>	19
2.1.3.2 Klasifikasi <i>Process</i>	20
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Process</i> dalam Pemasar.....	20
2.1.3.4 Indikator <i>Process</i>	20
Teori Tentang <i>Physical Evidence</i>	21
Pengertian <i>Physical Evidence</i>	21
Jenis-Jenis <i>Physical Evidence</i>	22
Unsur-Unsur <i>Physical Evidence</i>	23
Indikator <i>Physical Evidence</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.1.2 Waktu Penelitian.....	28
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.2.1 Jenis Data.....	29
3.2.2 Sumber Data.....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisa Data.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.6.3.1 Uji Normalitas	35
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	36
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.6.6 Pengujian Hipotesis.....	38
3.6.6.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	38
3.6.6.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah Singkat Indah Cargo Logistik.....	41
4.1.2 Visi, Misi dan Logo Indah Cargo Logistik.....	43
4.1.3 Karakteristik Responden.....	44
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna.....	46
4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
4.1.4.1 Uji Validitas.....	47
4.1.4.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	54
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas.....	56

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	61
4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	61
4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	64
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.2 Pembahasan.....	66
Pengaruh <i>People</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan...	66
Pengaruh <i>Process</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan..	67
Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	67
Pengaruh <i>People</i> , <i>Process</i> , dan <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	68
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Implikasi Manajerial.....	70
5.3 Saran Akademis.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Saingan Perusahaan Ekspedisi	3
Tabel 1.2	Jenis Layanan Perusahaan.....	3
Tabel 1.3	Jabatan dan Tanggung Jawab Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan	6
Tabel 1.4	Data Pendapatan Tahun 2017 - Tahun 2021.....	7
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna	46
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel <i>People</i> (X_1)	47
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel <i>Process</i> (X_2)	48
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel <i>Physical Evidence</i> (X_3).....	49
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	51
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel <i>People</i> (X_1)	52
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel <i>Process</i> (X_2).....	53
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel <i>Physical Evidence</i> (X_3)	53
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	53
Tabel 4.13	Uji <i>One Kolmogrov-Smirnov</i>	56
Tabel 4.14	Uji Multikolinearitas.....	57

Tabel 4.15	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.16	Uji t (Uji Secara Parsial)	62
Tabel 4.17	Uji F (Uji Secara Simultan).....	65
Tabel 4.18	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aktivitas Perusahaan.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1	Logo Indah Cargo Logistik.....	44
Gambar 4.2	Grafik <i>Histogram</i>	54
Gambar 4.3	Grafik <i>Normal P-Plot</i>.....	55
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia,
Pekerjaan dan Intensitas Pengguna**
- Lampiran 3 Jawaban Responden Atas Variabel *People* (X₁)**
- Lampiran 4 Jawaban Responden Atas Variabel *Process* (X₂)**
- Lampiran 5 Jawaban Responden Atas Variabel *Physical Evidence* (X₃)**
- Lampiran 6 Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *People* (X₁)**
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Process* (X₂)**
- Lampiran 9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Physical Evidence*
(X₃)**
- Lampiran 10 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan
Pelanggan (Y)**
- Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 12 Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien
Determinasi**

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Sebagai industri jasa angkutan barang di Kota Medan, Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan didirikan dengan maksud agar mampu pemeratakan dan meningkatkan arus komunikasi keseluruhan wilayah Indonesia. Indah Cargo Logistik adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha jasa angkutan barang dengan tujuan seluruh provinsi dan kabupaten yang ada di Indonesia, serta melayani pengiriman barang dan dokumen ke luar negeri. Perlu kita ketahui dalam pemasaran jasa yang sebagian besar berhubungan langsung dengan manusia membuat perbedaan atas hasil kepuasan pelanggan.

Bisnis ekspedisi pengiriman barang adalah suatu spesialis perdagangan yang menyediakan berbagai macam manfaat dan fasilitas untuk pengiriman barang. Bisnis utama dari pengiriman barang ini adalah rangkaian pengiriman dari beberapa pengiriman barang dalam jumlah kecil maupun besar ke suatu tujuan tertentu sesuai yang telah ditentukan oleh konsumen dengan penentuan tarif yang sesuai dengan pasaran. Dari perspektif ini, layanan jasa pengiriman barang dipandang penting oleh perusahaan yang bekerja keras untuk mencapai tujuan. Kondisi pasar ekspedisi pengiriman barang pada saat ini berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen atas permintaan jasa yang diterima. Maka dari itu, perusahaan harus mempersiapkan berbagai strategi yang lebih baik dan menarik guna mencapai suatu keunggulan yang dapat membantunya memenangkan persaingan yang ada.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan agar dapat menciptakan kepuasan terhadap konsumennya. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar.

Lancarnya arus perpindahan dan perdagangan barang, menyebabkan makin cepatnya perputaran uang dan barang, sehingga dapat diharapkan adanya distribusi dan pendapatan yang lebih menyebar dan merata. Kota Medan salah satu kota ketiga terbesar di Indonesia yang merupakan ibukota provinsi Sumatera Utara. Seperti kota besar pada umumnya, maka wajar bila arahan pembangunan kota yang paling mungkin berkembang di Kota Medan adalah sektor perdagangan dan industri. Maka dapat dikatakan bahwa potensi unggulan lebih menitikberatkan pada kedua sektor tersebut, apalagi dengan didukung oleh sarana dan prasarana yang ada.

Indah Cargo Logistics adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha jasa angkutan barang dengan tujuan seluruh Propinsi dan Kabupaten yang ada di Indonesia, serta melayani pengiriman barang dan dokumen ke luar negeri. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan beralamat di Jalan Jamin Ginting No. 110, Merdeka, Kecamatan Medan Baru, Sumatera Utara. Saat ini jumlah Kendaraan operasional Indah Logistik mencapai 1.800 unit, serta kantor cabang yang tersebar di seluruh Propinsi dan Kabupaten. Indah Cargo Logistics

menjangkau pengiriman barang melalui 9 layanan darat, laut, *city courier*, udara, *trucking*, *express*, *towing*, *international*, dan *trucking cooler*, menjadikan pelanggan lebih mudah dalam menentukan pilihan pengiriman barang. Untuk itu pemasaran jasa perlu memperhatikan unsur seperti *People*, *Process* dan *Physical Evidence* agar dapat menciptakan Kepuasan Pelanggan. Berikut saingan perusahaan yang bergerak di bidang jasa angkutan di Kota Medan, antara lain:

Tabel 1.1
Saingan Perusahaan Ekspedisi

No	Nama Perusahaan
1	Pandu Logistics
2	PT. Saga Prima Mandiri
3	Mitra Logistics

Sumber : Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, 2022

Pada Tabel 1.1 di atas, tiga perusahaan tersebut menjadi jasa pengiriman barang yang menjadi saingan dari perusahaan di Kota Medan. Pandu Logistics menjadi salah satu saingan terberat dimana, Pandu Logistics telah memiliki banyak pengalaman sebagai pemain lama untuk menangani pengiriman berbagai jenis komoditi, seperti elektronik, kosmetik, makanan, barang material seperti genteng, keramik, besi beton, drum, dan lain sebagainya. Barang kiriman dikelola dengan baik mulai dari pengepakan, penataan sampai pengiriman sehingga kondisi barang sampai kepada penerima dengan baik dan aman. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing layanan perusahaan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jenis Layanan Perusahaan

No	Layanan	Keterangan
1	Darat	Layanan jasa pengiriman melalui transportasi darat dengan tarif bersaing untuk pengiriman barang-barang ke seluruh Indonesia. Jasa layanan ini diciptakan untuk menjawab kebutuhan pelanggan terhadap pengiriman barang berskala kecil atau besar

No	Layanan	Keterangan
2	Laut	Layanan jasa pengiriman barang via laut dengan tarif cargo laut yang terjangkau, serta estimasi pengiriman akan dilakukan secara tepat dan akurat. jasa pengiriman barang via laut menjadi pilihan tepat untuk bisa kirim barang dalam jumlah banyak atau dan mempunyai beban yang sangat berat.
3	<i>City Courier</i>	Layanan <i>pickup</i> dan <i>delivery</i> dalam satu wilayah atau <i>intercity</i> (dalam kota) dan layanan ini mengedepankan <i>lead time process</i> . <i>Pickup</i> dan <i>delivery</i> dalam rentang waktu yang singkat
4	Udara	Layanan jasa pengiriman barang via udara, saat ini telah menjadi agen cargo resmi dari maskapai terbesar di Indonesia. Dimana pelayanan lebih terkoordinasi dan terpercaya dengan menerbitkan resi/airway bill atas nama PT.Indah Logistik. Pelayanan via udara dengan <i>performance</i> estimasi yang sesuai dengan barang tiba ditujukan dan untuk seluruh kota besar di Indonesia menjadikan Indah Cargo sebagai cargo terpercaya untuk ketepatan waktu penyampaian
5	<i>Trucking</i>	Layanan jasa pengiriman barang via darat menggunakan armada truk antar kota hingga antar pulau dimana barang yang akan dikirim dalam jumlah besar/ <i>carter</i> dan untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang yang lebih murah dan cepat. Jasa pengiriman barang dengan truk lebih efektif dapat memuat barang atau perabotan, peralatan elektronik bahkan barang pindah dalam jumlah yang banyak.
6	<i>Express</i>	Layanan jasa pengiriman melalui transportasi ekspres darat dengan tarif bersaing untuk pengiriman barang-barang ke seluruh indonesia. Jasa layanan ini diciptakan untuk menjawab kebutuhan pelanggan terhadap pengiriman barang berskala kecil maupun berskala besar dengan estimasi yang lebih cepat dalam hitungan hari ke daerah-daerah yang terjangkau di seluruh Indonesia dengan pengiriman lebih cepat dari reguler darat
7	<i>Towing</i>	Layanan jasa pengangkutan motor dan mobil menggunakan <i>towing</i> dalam kota, maupun antar kota dan propinsi. Melayani pengiriman motor dalam dan luar kota melalui akses darat.
8	<i>International</i>	Layanan jasa pengiriman barang antar negara via laut dan udara dengan tarif cargo laut dan udara yang terjangkau, serta estimasi pengiriman akan dilakukan secara tepat dan akurat. Jasa pengiriman barang antar negara via laut dan udara menjadi pilihan tepat untuk bisa kirim barang dalam jumlah kecil maupun besar.
9	<i>Trucking Cooler</i>	Layanan jasa pengiriman barang via darat menggunakan armada truk <i>cooler</i> atau lebih dikenal dengan <i>truck thermoking</i> antar kota hingga antar pulau dimana barang yang akan dikirim berupa sayur, buah buahan atau makanan dengan suhu tertentu dalam jumlah besar/ <i>carter</i> dan untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang yang lebih murah dan cepat. Jasa pengiriman barang dengan truk cooler lebih efektif dapat memuat barang makanan beku dalam jumlah yang banyak.

Sumber: Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, 2022



Gambar 1.1
Aktivitas Perusahaan

Pelayanan yang baik dari penyedia jasa (*People*) akan membentuk suatu kepercayaan pada pelanggan akibat proses pemberian jasa yang dilakukan dengan baik. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama tentunya membuat konsumen memiliki banyak pilihan ketika membutuhkan jasa ekspedisi sehingga keputusan dalam menggunakan jasa ekspedisi perusahaan dapat menjadi acuan untuk keberhasilan usaha. Pelayanan lebih sulit dievaluasi

pelanggan dibanding dengan mengevaluasi barang berwujud, dan kriteria untuk mengevaluasinya akan lebih sulit pula untuk ditentukan. Berikut adalah jabatan dan tanggung jawab karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, seperti Tabel 1.3:

Tabel 1.3
Jabatan dan Tanggung Jawab Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan

Jabatan	Tanggung Jawab
<i>Staf Pelayanan</i>	1. Membuat surat penawaran Harga jika diperlukan 2. Membuat surat jalan dan harga awal
<i>Staf Administrasi</i>	1. Menerima <i>Sales Order</i> dari staf pelayanan dan membuka <i>invoice</i> 2. Membuat laporan penjualan ke <i>supervisor accounting</i>
<i>Staf Operasional</i>	1. Memastikan barang sampai ketempat tujuan tepat waktu sesuai permintaan pelanggan 2. Mengecek kondisi penerimaan barang sebelum pengiriman barang

Sumber: Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, 2022

Pada Tabel 1.3 di atas adalah beberapa jabatan dan tanggung jawab dari karyawan perusahaan yang dapat berhubungan langsung dengan pelanggan maupun calon pelanggan. Faktor pertama diduga terjadinya peningkatan Kepuasan Pelanggan adalah *People*, dimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dengan selalu menjaga dan memperhatikan kebutuhan pelanggan, bahwa karyawan dan sistem operasional yang ada membantu menyelesaikan *problem* yang ada. Karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan juga memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada, termasuk pelatihan yang telah diberikan agar dapat memberikan pelayanan yang baik. Kualitas Pelayanan yang diberikan salah satunya adalah pengiriman yang selalu tepat waktu. Kemudian apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, karyawan mempunyai solusi yang

baik, sehingga konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sumber daya manusia (*People*) dari perusahaan. Dari kondisi yang ada, konsumen dapat mencari siapa yang bertanggung jawab atas setiap masalah. Ada satu hal yang membatasi pelayanan perusahaan, yaitu kurangnya sumber daya manusia sehingga terkadang karyawan merasa kesulitan karena konsumen selalu ingin didahulukan, diperhatikan, dan ingin diistimewakan.

Kemudian faktor kedua diduga terjadinya Kepuasan Pelanggan adalah *Process*, dimana pengurusan administrasi perusahaan sangat cepat sehingga membuat pelanggan tidak harus menunggu lama dan menghabiskan banyak waktu hanya untuk melakukan pengiriman barang. *Process* transaksi pembayaran juga tidak memakan waktu yang lama. *Process* pengiriman juga selalu sesuai dengan jadwal yang ditentukan, bahkan lebih cepat daripada perkiraan hingga sampai ke tempat penerima. Perusahaan memiliki transportasi sendiri jadi tidak menghabiskan waktu untuk menyewa milik orang lain. Tetapi ada kalanya keterlambatan proses dikarenakan faktor internal perusahaan, seperti program yang lambat, sistem yang *offline*, dan gangguan pada perjalanan. Berikut adalah data pendapatan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, seperti:

Tabel 1.4
Data Pendapatan Tahun 2017 - Tahun 2021

Tahun	Jumlah (Rp)
2017	8.538.150.331
2018	10.142.374.678
2019	8.455.475.137
2020	12.104.126.628
2021	12.980.477.112

Sumber: Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, 2022

Berdasarkan pada Tabel 1.4 di atas, dapat diketahui bahwa penjualan perusahaan mengalami peningkatan dimana pada tahun 2018 penjualan mencapai sebesar Rp. 10.142.374.678, pada tahun 2019 menjadi Rp. 8.455.475.137. Pada tahun 2020 sendiri penjualan mencapai Rp. 12.104.126.628 dan pada tahun 2021 mencapai 12.980.477.112. Adapun sebagian pelanggan baru juga mulai mencari perusahaan yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan dan melakukan perbandingan dengan perusahaan sehingga dimana perusahaan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan lebih memberikan banyak *benefit*.

Kemudian faktor ketiga diduga terjadinya Kepuasan Pelanggan adalah Bukti fisik. Menurut Nugroho (2017:103), *Physical Evidence* adalah suatu nilai jasa yang *intangible* tentunya didukung oleh benda-benda fisik pendukung untuk memberikan pelayanannya. Bukti fisik (*physical evidence*) dari suatu perusahaan memegang peranan yang besar pada penyajian *service*. Berdasarkan karakteristik pelayanan yang tidak berwujud, pelanggan mengalami kesulitan untuk menilai kualitas dari pelayanan tersebut. Sebagai akibatnya, pelanggan seringkali menyandarkan bukti-bukti nyata yang mengelilingi pelayanan untuk membantu pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan tersebut. Penyediaan bukti fisik yang menarik akan memberikan peluang yang positif terhadap kemungkinan peningkatan daya saing perusahaan diantara banyaknya perusahaan tersebut. Pada Indah Cargo Logistik bukti fisik yang dapat dirasakan adalah dengan menggunakan surat penawaran yang menjelaskan tentang penawaran suatu perusahaan dan mempermudah proses pemesanan pada pelanggan. Ada beberapa

bukti fisik yang kurang yaitu kurangnya tata ruangan yang baik dan penampilan karyawan yang kurang rapi.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA INDAH CARGO LOGISTIK JAMIN GINTING MEDAN”**.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian, yaitu:

1. Ada satu hal yang membatasi pelayanan perusahaan, yaitu kurangnya sumber daya manusia sehingga terkadang karyawan merasa kesulitan karena konsumen selalu ingin didahulukan, diperhatikan, dan ingin diistimewakan.
2. Ada kalanya keterlambatan proses dikarenakan faktor internal perusahaan, seperti program yang lambat, sistem yang *offline*, dan gangguan pada perjalanan.
3. Bukti fisik yang dapat dirasakan saat ini adalah kurangnya tata ruangan yang baik dan penampilan karyawan yang kurang rapi.

Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi

People (X_1), *Process* (X_2), *Physical Evidence* (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Penelitian ini akan dilakukan terhadap pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *People* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan?
2. Apakah *Process* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan?
3. Apakah *Physical Evidence* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan?
4. Apakah *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan?

Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui apakah *People* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
2. Untuk mengetahui apakah *Process* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

3. Untuk mengetahui apakah *Physical Evidence* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan
4. Untuk mengetahui apakah *People*, *Process* dan *Physical Evidence* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagi Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan
Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi gerai dalam mengevaluasi *People*, *Process* dan *Physical Evidence* dalam menarik serta menciptakan Kepuasan Pelanggan.
2. Bagi Akademis
Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan penelitian yang akan dilakukan oleh mahasiswa, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti *sales promotion*, *personal selling*, dan harga yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

Landasan Teori

Teori Tentang Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019) Kepuasan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan karena konsumen yang puas biasanya akan melakukan pembelian kembali dan juga sebaliknya dimana konsumen yang tidak puas maka tidak akan melakukan pembelian kembali. Kepuasan Pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan senang dengan produk-produk yang diterima.

Menurut (Firmansyah, 2018) Kepuasan Pelanggan adalah pengukuran konsumen atau pengguna produk perusahaan atas jasa yang diterima. (Tjiptono & Diana, 2019) mengemukakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja dan produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Menurut (Sudaryono, 2016) Kepuasan merupakan hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut (Indahningwati, 2019) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa arti Kepuasan Pelanggan adalah penilaian terhadap kemampuan produk atau jasa dalam memberikan tingkat pemenuhan kebutuhan konsumsi yang menyenangkan. Kepuasan Pelanggan sangat penting bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan karena konsumen yang puas biasanya akan melakukan pembelian kembali dan juga sebaliknya dimana konsumen yang tidak puas maka tidak akan melakukan pembelian kembali.

Konsekuensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:143), Kepuasan Pelanggan berdampak signifikan pada sejumlah aspek berikut:

1. Niat Beli Ulang

Konsumen yang puas akan melakukan *up-buying* (membeli versi produk yang lebih mahal) dan *cross buying* (membeli produk lain yang dijual oleh produsen atau distributor yang sama).

2. Loyalitas Pelanggan

Banyak riset menyimpulkan bahawa Kepuasan Pelanggan berdampak positif bagi terciptanya loyalitas pelanggan. Bilamana konsumen puas, maka ia tidak gampang dibujuk oleh pesaing untuk beralih pemasok, lebih bersedia membayar harga premium (harga yang lebih mahal), dan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Perilaku Komplain

Pelanggan yang puas lebih kecil kemungkinannya melakukan komplain.

4. Pemasaran dari Mulut ke Mulut

Setiap pemasar harus mencermati bahwa konsumen yang tidak puas berpotensi menyampaikan pengalaman negatifnya kepada orang lain. Bila ini terjadi, dampaknya buruk bagi reputasi perusahaan dan kelangsungan bisnis.

Kunci Menciptakan Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Menurut Sudaryono (2016:93), cara menciptakan pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah:

1. Dengarkan dan perhatikan pelanggan
2. Tetapkan pelayanan yang terbaik
3. Tetapkan ukuran dan kinerja standar
4. Berikan perlindungan hak-hak karyawan
5. Latih karyawan yang memberikan pelayanan yang istimewa
6. Gunakan teknologi untuk memberikan pelayanan terbaik
7. Berikan hadiah bagi pelayanan terbaik.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Fatihuddin dan Firmansyah (2019:209-210), pengukuran Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap variabel - variabel yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Terdapat lima variabel yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, yaitu:

1. *Tangible*

Yang dilakukan pengukuran diantaranya: penampilan fisik seperti gedung, kerapian, kebersihan, kenyamanan ruangan, kelengkapan fasilitas, dan penampilan karyawan.

2. *Reliability*

Yang dilakukan diantaranya: akurasi informasi, penanganan konsumen, kemudahan pemesanan, penyediaan pelayanan, sesuai perjanjian, penanganan masalah konsumen, dan penyediaan pelayanan tepat waktu.

3. *Responsiveness*

Yang dilakukan diantaranya: kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kerja tim yang baik, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, penanganan keluhan pelanggan, siap sedia menangani pertanyaan konsumen, penyampaian informasi pada saat pelayanan, pemberian layanan extra, dan kemauan untuk membantu pelanggan (konsumen).

4. *Assurance*

Yang dilakukan pengukuran: meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat, pelayanan yang adil pada pelanggan, kualitas keramahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

5. *Empathy*

Yang dilakukan pengukuran: kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Teori Tentang *People*

Pengertian *People*

Menurut (Rauf dkk, 2021) Orang adalah semua pelaku yang berperan dalam menghadirkan jasa atau produk sehingga dapat mempengaruhi pembelian. (Nugroho, 2017) mengemukakan *People* adalah bauran pemasaran dengan memaksimalkan orang yang memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Menurut (Premadi, 2020) *People* merupakan karyawan atau petugas yang memberikan pelayanan termasuk orang-orang yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. (Musfar, 2020) mengatakan bahwa *People* adalah orang yang berhubungan langsung dengan kegiatan bisnis.

Menurut (Sukaatmadja & Yasa, 2020) *People* adalah orang-orang atau personel yang berkaitan dengan pelatihan, komitmen, insentif, penampilan dan perilaku kerja. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *People* adalah keterlibatan orang-orang secara langsung dalam menjalankan segala aktifitas perusahaan dan merupakan faktor yang memegang peran penting bagi semua organisasi.

Faktor-Faktor dari Aspek Sumber Daya Manusia yang Mempengaruhi Konsumen

Menurut Lupioyadi (2013:98), ada empat kriteria yang mempengaruhi konsumen, antara lain:

1. *Contractors*

Mereka berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

2. *Modifier*

Mereka secara tidak langsung mempengaruhi konsumen, tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen.

3. *Influencers*

Mereka mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli, tetapi tidak secara langsung melakukan kontak dengan konsumen.

4. *Isolateds*

Mereka secara tidak langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen..

Indikator *People*

Menurut Rauf, Dkk (2021:109), indikator *People* antara lain:

1. Pengetahuan karyawan tentang produk luas dan bagus

Komunikasi dengan pelanggan sangat penting. Mungkin diinginkan bagi seorang tenaga penjualan untuk memiliki pengetahuan. Misalnya,

memberikan pelatihan pengetahuan produk kepada manajemen senior, pemasaran, penjualan, dan departemen layanan pelanggan dapat bermanfaat.

2. Karyawan yang ramah dan sopan

Bersikap sopan dan selalu beretika dalam bekerja merupakan salah satu ciri karyawan yang baik. Karyawan yang baik juga selalu mengikuti kebijakan tempat dia bekerja dan selalu mentaati aturan-aturan tempat kerjanya.

3. Penampilan karyawan yang menarik dan simpatik

Tidak menyepelekan penampilan dan juga selalu memperhatikan penampilan sehingga tidak akan keteteran dan menjadi lebih siap menghadapinya.

4. Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan

Dengan adanya keluhan yang tersampaikan kepada perusahaan, pada dasarnya akan membuat perusahaan dapat bekerja lebih baik lagi. Aspek pekerjaan akan lebih efisien dan efektif karena sebuah keluhan yang datang dari pelanggan dapat membuat perusahaan yang ada bisa menilai apakah ada sistem yang salah dalam pekerjaannya tersebut.

5. Bicara dengan bahasa yang sopan dan mudah dimengerti

Kemampuan berkomunikasi yang baik harus dimiliki oleh karyawan dalam menerima keluhan dan komplain dari pelanggan.

Teori Tentang *Process*

Pengertian *Process*

Menurut (Rauf dkk, 2021) *Process* merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern yang terdiri dari segala hal yang dapat perusahaan lakukan yang dapat di tawarkan. Program pemasaran yang efektif memadukan seluruh elemen / unsur bauran pemasaran menjadi suatu program yang terkoordinasi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Proses adalah suatu prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas, dan rutinitas yang dengannya produk atau layanan dikirimkan ke pelanggan.

Menurut (Fatihudin & Firmansyah, 2019) Proses adalah upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. (Harmadji dkk, 2022) mengatakan bahwa Proses merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut (Musfar, 2020) Proses adalah prosedur aktual, langkah-langkah yang diperlukan dalam mendapatkan produk. Menurut (Saleh & Said, 2019) Proses adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang saling terkait yang kemudian bersama-sama mengubah masukan menjadi keluaran. (Sisca dkk, 2022) mengatakan bahwa Proses merupakan gabungan dari keseluruhan aktivitas. Mulai dari prosedur, jadwal, pekerjaan, aktivitas mekanisme, serta hal-hal rutin lainnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Process* adalah faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti konsumen akan sering merasakan sistem penyampaian jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.

Klasifikasi *Process*

Menurut Lupioyadi (2013:98), Proses dapat dibedakan menjadi dua cara:

1. Kompleksitas, berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses.
2. Keragaman, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahapan proses.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Process* dalam Pemasar

Menurut Lupioyadi (2013:98), Empat pilihan dapat dipilih oleh pemasar dalam mempengaruhi pasar, antara lain:

1. Mengurangi Keragaman. Dalam proses ini, terjadi pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, dan kemudahan distribusi.
2. Meningkatkan Keragaman. Memperbanyak kustomisasi dan fleksibilitas dalam produksi yang dapat menimbulkan naiknya harga.
3. Mengurangi Kompleksitas. Cenderung lebih terspesialis.
4. Meningkatkan Kompleksitas. Cenderung melakukan penetrasi pasar dengan cara menambah jasa yang diberikan.

Indikator *Process*

Indikator proses merupakan gambaran mengenai langkah-langkah yang dilaksanakan dalam menghasilkan jasa Menurut Rauf, Dkk (2021:106), indikator proses adalah:

1. Proses cepat dan menyenangkan
Konsumen ingin dilayani prima, oleh karena itu untuk melayani konsumen salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.
2. Proses permintaan mudah dan jelas
Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai
3. Proses pembayaran mudah dan tidak sulit
Dalam melayani konsumen diharapkan petugas harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tentunya dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Proses pelayanan dari awal hingga akhir baik
Kenyamanan konsumen tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik, disamping itu petugas harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar.

Teori Tentang *Physical Evidence*

Pengertian *Physical Evidence*

Menurut (Rauf dkk, 2021) Bukti Fisik merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama di antara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain. Dalam

praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang. Bukti Fisik merupakan interaksi yang disampaikan melalui tempat layanan dengan pelanggan karena pelayanan yang disampaikan kepada pelanggan seringkali membutuhkan fasilitas penunjang dalam penyampaian. Lain hal dengan (Musfar, 2020) yang mengatakan bahwa Bukti Fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen

Menurut (Nugroho, 2017) *Physical Evidence* adalah suatu nilai jasa yang *intangible* tentunya didukung oleh benda-benda fisik pendukung untuk memberikan pelayanannya. (Sisca dkk, 2022) mengatakan bahwa Bukti fisik yaitu semua perangkat yang digunakan sebagai pendukung berjalannya sebuah bisnis. Menurut (Premadi, 2020) Bukti fisik merupakan upaya yang diberikan penyedia layanan untuk meyakinkan pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan teori di atas bahwa *Physical Evidence* adalah semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung jalannya suatu bisnis. Biasanya bukti fisik ini hadir untuk bisnis skala besar yang membutuhkan banyak peralatan dalam kegiatan operasionalnya.

Jenis-Jenis *Physical Evidence*

Bukti Fisik dalam bisnis jasa dibagi atas dua jenis, yaitu menurut Ratnasari dan Astuti (2016:52), Bukti Fisik dalam bisnis jasa dibagi atas dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. *Essential Evidence*, mewakili keputusan kunci yang dibuat penyedia jasa,
2. *Peripheral Evidence*, ini memiliki sedikit nilai bila berdiri sendiri, tetapi menambah tangibilitas pada nilai yang disediakan produk jasa.

Unsur-Unsur *Physical Evidence*

Unsur-unsur ini sangat diperlukan dalam memajukan perusahaan, karena hal ini dapat mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap jasa perusahaan. Menurut Saleh dan Said (2019:197), Manusia sebagai makhluk sempurna tetap tidak luput dari kekurangan, dalam arti segala kemampuannya masih dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari dalam perusahaan (interior), dan dapat juga dari luar perusahaan (eksterior). Hal-hal tersebut dapat berpengaruh secara signifikan terhadap hasil kerja manusia. Lingkungan fisik dibagi menjadi dua:

1. Lingkungan Eksterior merupakan lingkungan atau penampilan luar dari sebuah perusahaan yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu dalam mendesain bagian luar perusahaan harus memperhatikan desain eksterior, *signage*, area parkir untuk umum, dan *landscape*.
2. Lingkungan Interior merupakan penampilan didalam sebuah perusahaan. Dalam merancang lingkungan interior harus dapat menampilkan suasana yang nyaman dan aman bagi pelanggan. Fasilitas yang mempengaruhi terbentuknya suatu lingkungan fisik yang berasal dari dalam seperti desain interior, peralatan, *signage*, dan tata ruang.

Indikator *Physical Evidence*

Bukti fisik disampaikan melalui interaksi dengan pelanggan dan dimana setiap komoditas memfasilitasi kinerja komunikasi layanan tersebut. Menurut Rauf, Dkk (2021:106), indikator *Physical Evidence* meliputi:

1. Penataan lobi
2. Fasilitas bagus dan bersih
3. Terdapat aksesoris pendukung lainnya disetiap ruangan
4. Desain interior yang menarik
5. Fasilitas parkir yang memadai dan aman
6. Kartu nama dan alat tulis
7. Penataan tata letak yang nyaman dan menarik
8. Kualitas / Suhu / Suhu udara yang nyaman

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

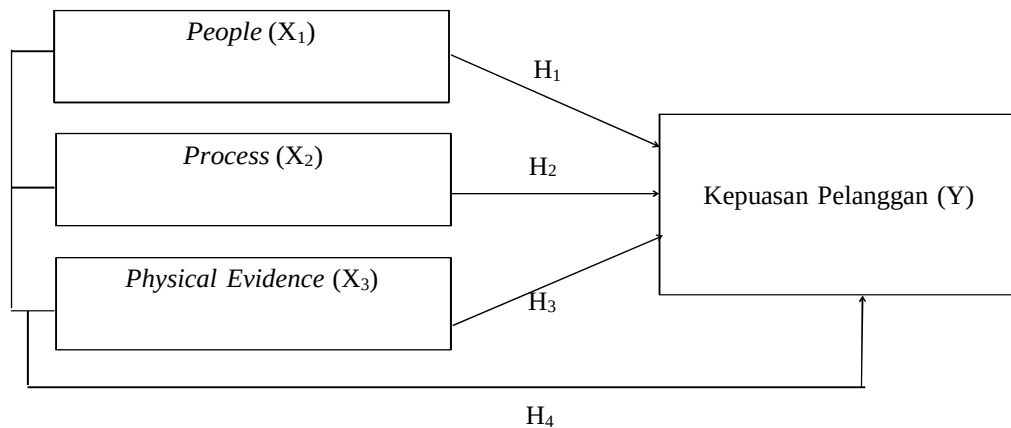
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Yunita Citra Dewi, Putu Ngurah Suyatna Yasa dan Ni Luh Putu Indiani	<i>Influence of Service Quality and Marketing Mix on Customer Satisfaction and</i>	Independen $X_1 = \text{Service Quality}$ $X_2 = \text{Marketing Mix}$	Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan <i>Service Quality</i> dan <i>Marketing Mix</i>

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	(2018) Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagadhita Universitas Warmadewa Vol. 5, No. 2, 2018. Pp 119-127 ISSN: 2355-4150 SINTA 3 Denpasar	<i>Loyalty of</i> Padma Resort Legian	Dependen Y_1 =Kepuasan Pelanggan Y_2 =Loyalitas Pelanggan	berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.
2	Pantas H. Silaban (2018) Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Vol. 18, Nomor 1 2018 ISSN: 2685-7294 SINTA 5 Medan	Pengaruh Orang, Bukti Fisik, Proses Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Pantai Bulbul	Independen X_1 =Orang X_2 =Bukti Fisik X_3 =Proses Dependen Y =Kepuasan Wisatawan	Hasil menunjukkan secara parsial orang dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, proses berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan wisatawan. Secara simultan, orang bukti fisik dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan
3	Muhammad Iffan, Raeni Dwi Santy, dan Rengga Radaswara (2018) Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Universitas Komputer Indonesia Vol. 8, No. 2 (Oktober 2018)	Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung	Independen X_1 =Proses X_2 =Bukti Fisik Dependen Y =Kepuasan Konsumen	Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan Proses dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	ISSN: 2086-0455 SINTA 4 Bandung			
4	Basrah Saidani, I Ketut R. Sudiarditha (2019) Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis Universitas Negeri Jakarta 7 (7) 2019, 72-86 ISSN: 2302-2663 SINTA 2 Jakarta	<i>Marketing Mix-7ps: The Effect on Customer Satisfaction</i>	Independen X ₁ =Product X ₂ =Price X ₃ =Place X ₄ =Promotion X ₅ =Physical Evidence X ₆ =People X ₇ =Process Dependen Y=Customer Satisfaction	Hasil menunjukkan <i>Product, Price, Place, Promotion, Process</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Sedangkan <i>Physical Evidence</i> dan <i>People</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
5	Raditya Ardianwiliandri, Rio Prasetyo Lukudono dan Remba Yanuar Efranto (2021) <i>Journal of Engineering and Management In Industrial System</i> Universitas Brawijaya Vol. 2, No. 2 2021 ISSN: 2477-6025 SINTA 3 Malang	<i>The Influence of Marketing Mix and Marketing Environment Towards Customers Satisfaction To Enchance The Local Small Medium Enterprises Competitive Advantage</i>	Independen X ₁ =Marketing Environment X ₂ =Marketing Mix Dependen Y=Kepuasan Pelanggan	Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan <i>Marketing Environment</i> dan <i>Marketing Mix</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

- H_1 : Terdapat pengaruh *People* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
- H_2 : Tidak terdapat pengaruh *Process* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
- H_3 : Terdapat pengaruh *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
- H_4 : Terdapat pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, Jalan Jamin Ginting No. 110, Merdeka, Kecamatan Medan Baru, Sumatera Utara.

Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2022.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Menurut Sugiyono (2018:8-9), jenis data terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. **Metode Penelitian Kualitatif**

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna generalisasi.”

2. **Metode Penelitian Kuantitatif**

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan

pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018:137), sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. **Sumber Primer**

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. **Sumber Sekunder**

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selama periode 2017-2021 yang jumlahnya tidak pasti atau tidak dapat diketahui.

Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan populasi dari yang tidak diketahui dan bias jumlah konsumen yang melakukan pembelian, maka menurut Hair, dkk (2017) merekomendasikan dimana jumlah dari sampel minimal adalah 5 kali dan maksimal adalah 10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian terdapat 22 indikator, jumlah indikator yang digunakan adalah: Sampel minimum = jumlah indikator $\times$ 5 = $22 \times 5 = 110$ responden, Sampel maksimum = jumlah indikator $\times$ 10 = $22 \times 10 = 220$ responden. Pada penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 110 responden dari konsumen Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2018:39), “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain maka ada dua macam variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen (Variabel Bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen (Variabel Terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Berikut ini adalah unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>People</i> (X ₁)	Orang adalah semua pelaku yang berperan dalam menghadirkan jasa atau produk sehingga dapat mempengaruhi pembelian.	1. Pengetahuan karyawan tentang produk luas dan bagus 2. Karyawan yang ramah dan sopan 3. Penampilan karyawan yang menarik dan simpatik 4. Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan 5. Bicara dengan bahasa yang sopan dan mudah dimengerti Sumber: Rauf, Dkk (2021:109)	Skala <i>Likert</i>
<i>Process</i> (X ₂)	Proses adalah suatu prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas, dan rutinitas yang dengannya produk atau layanan dikirimkan ke pelanggan.	1. Proses cepat dan menyenangkan 2. Proses permintaan mudah dan jelas 3. Proses pembayaran mudah dan tidak	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
		sulit 4. Proses pelayanan dari awal hingga akhir baik Sumber: Rauf, dkk (2021:106)	
<i>Physical Evidence</i> (X ₃)	<i>Physical Evidence</i> adalah semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung jalannya suatu bisnis.	1. Penataan lobi 2. Fasilitas bagus dan bersih 3. Desain interior yang menarik 4. Fasilitas parkir yang memadai dan aman 5. Penataan tata letak yang nyaman dan menarik 6. Kualitas / Suhu / Suhu udara yang nyaman Sumber: Rauf, Dkk (2021:104)	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Konsumen adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan senang dengan produk-produk yang diterima.	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> Sumber: Fatihudin dan Firmansyah (2019:209-210)	Skala Likert

Sumber: Data Diolah (2022)

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2018:137-143), teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus

diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Menurut Sugiono (2018:142), Kuesioner (Angket), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Sugiyono (2018:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap *item* instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- 1) Skor 5 adalah jawaban Sangat Setuju (SS)
- 2) Skor 4 adalah jawaban Setuju (S)
- 3) Skor 3 adalah jawaban Ragu-Ragu (RR)
- 4) Skor 2 adalah jawaban Tidak Setuju (TS)
- 5) Skor 1 adalah jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3. Menurut Sugiono (2018:143), Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketepatan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan *alpha* sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = *valid*
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak *valid*

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Metode uji

reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkain data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada beberapa metode untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut Ghazali (2018:163), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Grafik Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

Output Normal Probability Plot menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:95), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan (*dependent variabel*)
- X₁ = *People* (*independent variabel*)
- X₂ = *Process* (*independent variabel*)
- X₃ = *Physical Evidence* (*independent variabel*)
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel *People*
- b₂ = koefisien variabel *Process*
- b₃ = koefisien variabel *Physical Evidence*
- e = persentase kesalahan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97) mengemukakan analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya *People; Process, Physical Evidence* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya *People; Process, Physical Evidence* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Uji F (Uji Secara Serempak)

Menurut Ghozali (2018:98), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara serempak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sejarah Singkat Indah Cargo Logistik

Indah Cargo Logistik adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha jasa angkutan barang dengan tujuan seluruh Propinsi dan Kabupaten yang ada di Indonesia, serta melayani pengiriman barang dan dokumen ke luar negeri. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan beralamat di Jalan Jamin Ginting No. 110, Merdeka, Kecamatan Medan Baru, Sumatera Utara. Saat ini jumlah Kendaraan operasional Indah Logistik mencapai 1.800 unit, serta kantor cabang yang tersebar di seluruh Propinsi dan Kabupaten. Indah Cargo Logistics menjangkau pengiriman barang melalui 9 layanan darat, laut, *city courier*, udara, *trucking*, *express*, *towing*, *international*, dan *trucking cooler*, menjadikan pelanggan lebih mudah dalam menentukan pilihan pengiriman barang.

Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menawarkan jasa yang beragam. Barang kiriman dikelola dengan baik mulai dari pengepakan, penataan sampai pengiriman sehingga kondisi barang sampai kepada penerima dengan baik dan aman. Layanan jasa pengiriman melalui transportasi darat dengan tarif bersaing untuk pengiriman barang-barang ke seluruh indonesia, layanan jasa pengiriman barang via laut dengan tarif cargo laut yang terjangkau, serta estimasi pengiriman akan dilakukan secara tepat dan akurat.

Layanan *pickup* dan *delivery* dalam satu wilayah atau *intercity* (dalam kota) dan layanan ini mengedepankan *lead time Process*. *Pickup* dan *delivery* dalam

rentang waktu yang singkat. Layanan jasa pengiriman barang via udara, saat ini telah menjadi agen cargo resmi dari maskapai terbesar di Indonesia. Pelayanan via udara dengan performance estimasi yang sesuai dengan barang tiba ditujuan dan untuk seluruh kota besar di Indonesia menjadikan Indah Cargo sebagai cargo terpercaya untuk ketepatan waktu penyampaian. Layanan jasa pengiriman barang via darat menggunakan armada truk antar kota hingga antar pulau dimana barang yang akan dikirim dalam jumlah besar/carter dan untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang yang lebih murah dan cepat.

Layanan jasa pengiriman melalui transportasi ekspres darat dengan tarif bersaing untuk pengiriman barang-barang ke seluruh indonesia. Jasa layanan ini diciptakan untuk menjawab kebutuhan pelanggan terhadap pengiriman barang berskala kecil maupun berskala besar dengan estimasi yang lebih cepat dalam hitungan hari ke daerah-daerah yang terjangkau di seluruh Indonesia dengan pengiriman lebih cepat dari reguler darat. Layanan jasa pengangkutan motor dan mobil menggunakan towing dalam kota, maupun antar kota dan propinsi.

Layanan jasa pengiriman barang antar negara via laut dan udara dengan tarif cargo laut dan udara yang terjangkau, serta estimasi pengiriman akan dilakukan secara tepat dan akurat. Jasa pengiriman barang antar negara via laut dan udara menjadi pilihan tepat untuk bisa kirim barang dalam jumlah kecil maupun besar. Layanan jasa pengiriman barang via darat menggunakan armada truk cooler atau lebih dikenal dengan truck thermoking antar kota hingga antar pulau dimana barang yang akan dikirim berupa sayur, buah buahan atau makanan

dengan suhu tertentu dalam jumlah besar/carter dan untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang yang lebih murah dan cepat.

Visi, Misi dan Logo Indah Cargo Logistik

Visi Indah Cargo Logistik

Memajukan dan mengembangkan perusahaan jasa titipan atau kargo dengan manajemen resiko yang handal, terkemuka dan terpercaya oleh masyarakat di seluruh Indonesia, serta mensejahterahkan masyarakat kurang mampu dan akan membangun sarana penunjang kargo yang dapat terintegrasi dengan aplikasi, untuk memudahkan pelanggan dalam men-*tracking* barang yang dititipkan kepada perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan.

Misi Indah Cargo Logistik

1. Menyediakan produk jasa angkutan / titipan ke seluruh pelosok tanah air dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
2. Menyelenggarakan kegiatan usaha yang menciptakan iklim kerja yang kondusif bagi komunitas perusahaan untuk berkontribusi secara maksimal demi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.
3. Menjalankan bisnis kargo / jasa titipan dan manajemen resiko secara etikal untuk meningkatkan nilai pemegang saham secara maksimal.
4. Berperan serta dalam usaha pengembangan ekonomi nasional.
5. Berusaha dan bekerja dengan semangat bertumbuh kembang bersama pelanggan dan peningkatan modal untuk kepentingan pemegang saham.

6. Turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dengan memberi santunan kepada anak yatim piatu dan kaum dhuafa.
7. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat luas, terutama masyarakat menengah kebawah dengan penghasilan minimal sesuai ketentuan pemerintah.
8. Membantu pemerintah dalam peningkatan ekonomi rakyat dengan pendistribusian barang - barang kebutuhan masyarakat sampai ke pelosok tanah air dengan harga yang terjangkau.

Logo Indah Cargo Logistik

Logo Indah Cargo Logistik seperti pada Gambar 4.1:



Sumber: Indah Cargo Logistik, 2023

Gambar 4.1
Logo Indah Cargo Logistik

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin seperti pada Tabel 4.1

dibawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	39 orang	35,50%
2	Perempuan	71 orang	64,50%
Jumlah		110 orang	100 %

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa pelanggan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan lebih banyak berjenis kelamin perempuan yaitu 71 orang (64,50%) dan paling sedikit berjenis kelamin laki-laki yaitu 39 orang (35,50%).

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan Usia seperti pada Tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 21 Tahun	34 orang	30,90%
2	21 - 30 Tahun	15 orang	13,60%
3	31 - 40 Tahun	41 orang	37,30%
4	> 40 Tahun	20 orang	18,20%
Jumlah		110 orang	100 %

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki usia 31- 40 tahun yaitu 41 orang (37,30%) dan yang paling kecil memiliki usia 21 - 30 tahun yaitu 15 orang (13,60%).

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan seperti pada Tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Wiraswasta	45 orang	40,90%

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
2	Mahasiswa	30 orang	27,30%
3	Karyawan	26 orang	23,60%
4	Lainnya	9 orang	8,20%
Jumlah		110 orang	100 %

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan berprofesi sebagai wiraswasta yaitu 45 orang (40,90%) dan yang paling kecil berprofesi sebagai lainnya yaitu 9 orang (8,20%).

Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna

Deskripsi responden berdasarkan intensitas pengguna seperti pada Tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna

No	Intensitas Pengguna	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 Kali	14 orang	12,70%
2	2 Kali	34 orang	30,90%
3	3 Kali	6 orang	5,50%
4	> 4 Kali	56 orang	50,90%
Jumlah		110 orang	100 %

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan melakukan pembelian jasa > 4 kali yaitu 56 orang (50,90%) dan yang paling kecil melakukan pembelian jasa 3 kali yaitu 6 orang (5,50%).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel. Jadi (df) yang digunakan adalah $30-2 = 28$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel *People* (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel *People* (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelayanan yang diberikan karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selama ini sudah unggul dan ramah	0,760	0,361	Valid
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat	0,693	0,361	Valid
Saya memberikan rekomendasi kepada teman atau saudara untuk menggunakan jasa pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan	0,723	0,361	Valid
Hubungan saya dengan Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat harmonis	0,584	0,361	Valid
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan tidak menyepelekan	0,726	0,361	Valid

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
penampilan dan juga selalu memperhatikan penampilan			
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dengan sigap	0,757	0,361	Valid
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dapat berkomunikasi dengan beberapa bahasa sehingga pelanggan merasa nyaman	0,513	0,361	Valid
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi konsumen dalam memberikan kritik dan saran	0,612	0,361	Valid
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberikan pelayanan dengan memberikan informasi secara tepat dan akurat sehingga dapat memuaskan pelanggan	0,659	0,361	Valid
Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberikan pelayanan yang sangat cepat dan handal dalam memberikan informasi yang diinginkan oleh pelanggan	0,560	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.5 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *People* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *People* dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel *Process* (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel *Process* (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Proses pelayanan yang diberikan karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat cepat	0,638	0,361	Valid
Proses yang dijalankan oleh karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting	0,812	0,361	Valid

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Medan sesuai dengan apa yang saya harapkan			
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan melayani dalam hal administrasi sangat baik, sehingga menunjang pelayanan	0,763	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan merencanakan proses pengiriman barang sesuai dengan jadwal	0,847	0,361	Valid
Proses pembayaran pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat mudah	0,766	0,361	Valid
Pembayaran dengan menggunakan tunai atau kredit diterima pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan	0,674	0,361	Valid
Proses pelayanan diberikan tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0,388	0,361	Valid
Proses administrasi di Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memudahkan konsumen	0,389	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *Process* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *Process* dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel *Physical Evidence* (X_3) dapat dilihat pada Tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel *Physical Evidence* (X_3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Desain dan tata ruangan lobi pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat rapi dan menarik	0,662	0,361	Valid
Terdapat ruang tunggu yang nyaman pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan	0,600	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan fasilitas pelengkap bersih dan dalam keadaan baik	0,745	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting	0,398	0,361	Valid

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Medan menyediakan alat tulis menulis lengkap dan dalam keadaan baik			
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menghias dinding ruangan dengan lukisan yang sesuai dengan kebutuhan	0,595	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberi kenyamanan lampu dengan warna yang netral	0,653	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki sarana parkir yang luas	0,720	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki sarana parkir yang nyaman dan memudahkan mobilitas kendaraan	0,660	0,361	Valid
Tata letak dan jarak antar meja pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan tidak terlalu dekat sehingga memudahkan pelanggan berjalan	0,720	0,361	Valid
Area kerja dan tempat barang pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan bersih dan nyaman	0,660	0,361	Valid
Suhu udara ruangan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan tidak begitu dingin dan sangat nyaman	0,459	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menggunakan AC sentral sehingga dingin menyebar ke seluruh ruangan	0,403	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.7 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel *Process* menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner *Process* dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Menurut saya Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi seluruh konsumen untuk memberikan kritik dan saran yang membangun	0,577	0,361	Valid
Fasilitas kritik <i>online</i> via Whatsapp dan <i>Call Centre</i> bagi konsumen Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sudah sangat baik	0,741	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu melakukan perbaikan atau penyempurnaan pelayanan	0,872	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu melakukan evaluasi ke kompetitor untuk memperbaiki kualitas kepuasan konsumen melalui pembeli bayangan	0,794	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki konsumen yang bersedia melakukan pembelian ulang produk atau jasa perusahaan	0,583	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu menjadi pilihan anda di kemudian hari	0,799	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki konsumen yang selalu merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada teman atau saudara	0,781	0,361	Valid
Saya bersedia merekomendasikan produk pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan kepada orang lain	0,869	0,361	Valid
Menurut saya Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menjaga kualitas produk sehingga keluhan ketidakpuasan konsumen tidak terjadi	0,554	0,361	Valid
Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan <i>service centre</i> untuk menghindari ketidakpuasan konsumen	0,552	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.8 diatas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel

Kepuasan Pelanggan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation*

lebih besar dari $r_{\text{tabel}} 0,361$ sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kepuasan Pelanggan dinyatakan telah valid.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh, yaitu:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel *People* dapat dilihat pada Tabel 4.9 dibawah ini:

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel *People* (X_1)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.855	10

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.9 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel *People* (X_1) tersebut berada diatas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas variabel *Process* dapat dilihat pada Tabel 4.10 dibawah ini:

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel *Process* (X_2)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.791	8

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.10 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel *Process* (X_2) tersebut berada diantara 0,6 - 0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel *Physical Evidence* dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Variabel *Physical Evidence* (X_3)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.825	12

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.11 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedua belas butir *item* untuk variabel *Physical Evidence* (X_3) tersebut berada diatas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.890	10

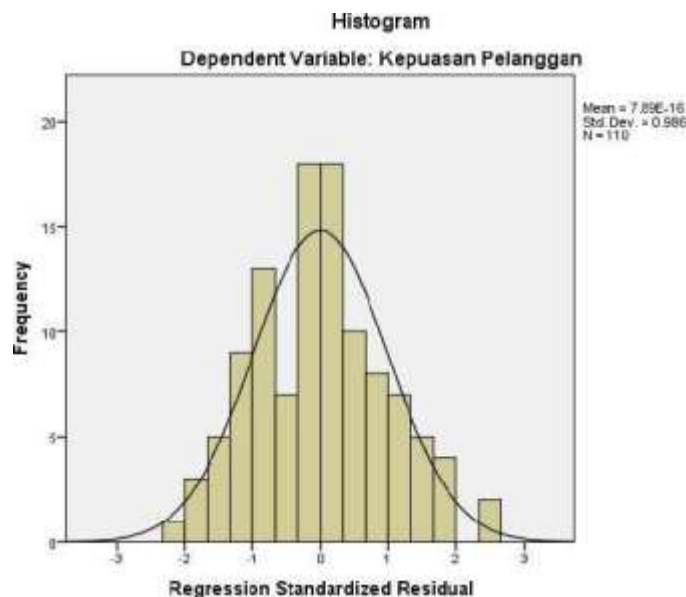
Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.12 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kesepuluh butir *item* untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tersebut berada diatas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

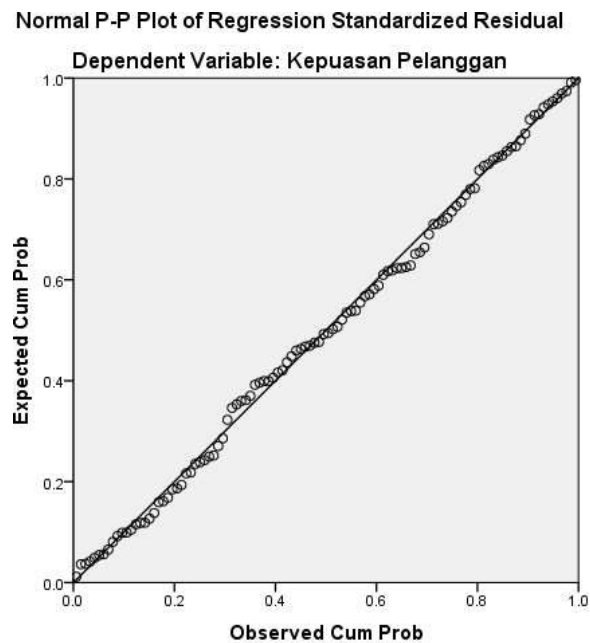
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram seperti pada Gambar 4.2 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 di atas dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini uji normalitas melalui grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.3 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13
Uji One Kolmogorov-Smirnov

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	110
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	
<i>Mean</i>	.0000000
<i>Std. Deviation</i>	3.04271079
<i>Most Extreme Differences</i>	
<i>Absolute</i>	.042
<i>Positive</i>	.042
<i>Negative</i>	-.036
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	.445
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.989

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,989 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF =$

1/*Tolerance*). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14
Uji Multikolinearitas

<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	<i>People</i>	.527	1.896
	<i>Process</i>	.930	1.076
	<i>Physical Evidence</i>	.556	1.797

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Pelanggan

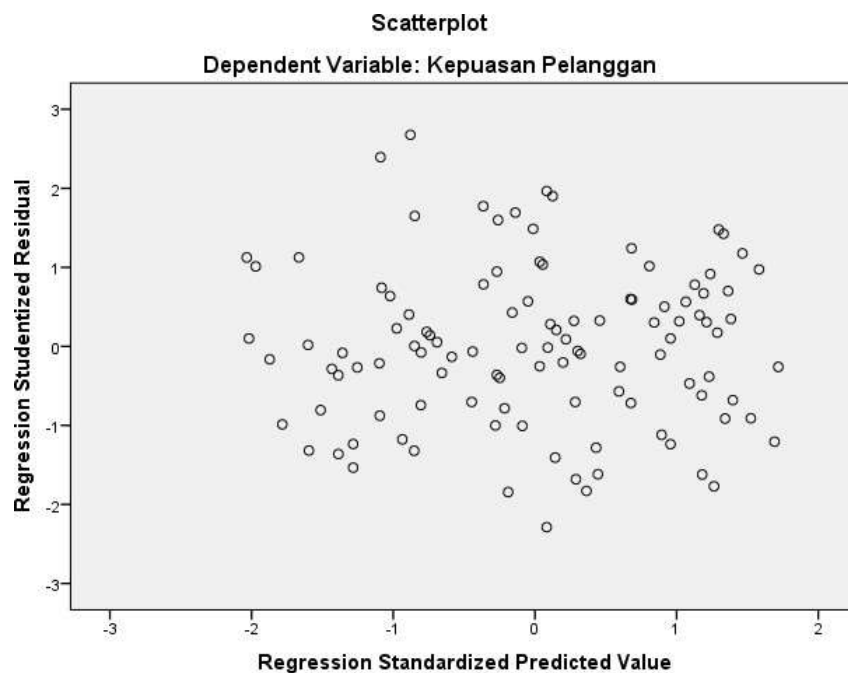
Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.14 diatas diketahui nilai *Tolerance* yang diperoleh dari variabel *People* adalah 0,527 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,896 yang kurang dari 10, nilai *Tolerance* yang diperoleh dari variabel *Process* adalah 0,930 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,076 yang kurang dari 10, nilai *Tolerance* yang diperoleh dari variabel *Physical Evidence* adalah 0,556 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,797 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4 dibawah ini:



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.4 diatas terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti

tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan berdasarkan *People*, *Process* dan *Physical Evidence*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *People*, *Process* dan Penetapan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Pelanggan (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	<i>People</i> (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	<i>Process</i> (<i>independent variable</i>)
X ₃	=	<i>Physical Evidence</i> (<i>independent variable</i>)
a	=	konstanta
b ₁	=	koefisien untuk variabel <i>People</i>
b ₂	=	koefisien untuk variabel <i>Process</i>
b ₃	=	koefisien untuk variabel <i>Physical Evidence</i>
e	=	persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.15 dibawah ini:

Tabel 4.15
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 <i>(Constant)</i>	-1.955	2.621		-.746	.457		
<i>People</i>	.477	.063	.495	7.518	.000	.527	1.896
<i>Process</i>	.112	.061	.061	1.836	.069	.930	1.076
<i>Physical Evidence</i>	.406	.060	.060	6.815	.000	.556	1.797

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.15 diatas , diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = -1,955 + 0,477 \text{ People} + 0,112 \text{ Process} + 0,406 \text{ Physical Evidence} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. -1,955 artinya: jika Kepuasan Pelanggan yang diteliti konstan, maka Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan adalah sebesar -1,955.
2. 0,477 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *People* (X_1) akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,477 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Process* (X_2) dan *Physical Evidence* (X_3) dianggap konstan.
3. 0,112 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Process* (X_2) akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,112 satu-

satuan dengan kondisi faktor variabel *People* (X_1) dan *Physical Evidence* (X_3) dianggap konstan.

4. 0,406 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Physical Evidence* (X_3) akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,406 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *People* (X_1) dan *Process* (X_2) dianggap konstan.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya *People*; *Process*; *Physical Evidence* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
2. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya *People*; *Process*; *Physical Evidence* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus $df = n - k - 1 = 110 - 3 - 1 = 106$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas

Tabel 4.16
Uji t (Uji Secara Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.955	2.621		-.746	.457
People	.477	.063	.495	7.518	.000
Process	.112	.061	.061	1.836	.069
Physical Evidence	.406	.060	.060	6.815	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa variabel *People* memiliki koefisien regresi sebesar 7,518 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti *People* memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Nilai t_{hitung} (7,518) > t_{tabel} (1,982). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga *People* secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Nilai signifikansi variabel *People* sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa *People* signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa *People* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa variabel *Process* memiliki koefisien regresi sebesar 1,836 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti *Process* memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Akan tetapi nilai $t_{hitung} (1,836) < t_{tabel} (1,982)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 diterima, H_a ditolak sehingga *Process* secara parsial tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Nilai signifikansi variabel *Process* sebesar 0,069 lebih dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa *Process* tidak signifikan, karena nilai signifikan lebih dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa *Process* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa variabel *Physical Evidence* memiliki koefisien regresi sebesar 6,815 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti *Physical Evidence* memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Nilai $t_{hitung} (6,815) > t_{tabel} (1,982)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga *Physical Evidence* secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Nilai signifikansi variabel *Physical Evidence* sebesar 0,000 kurang dari 0,05. hal ini dapat dikatakan bahwa *Physical*

Evidence signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa *Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
2. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4.17
Uji F (Uji Secara Simultan)

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	3150.041	3	1050.014	110.294	.000 ^a
<i>Residual</i>	1009.132	106	9.520		
<i>Total</i>	4159.173	109			

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Process, People

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.17 diatas terlihat nilai F_{hitung} sebesar 110,294. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 3$, dan $df_2 = 106$ maka nilai F_{tabel} adalah 2,69. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Tabel 4.18
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.870 ^a	.757	.751	3.085

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Process, People

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.18 diatas diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,751. Hal ini menunjukkan bahwa 75,10% Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dipengaruhi oleh variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence*, sedangkan sisanya yaitu 24,90% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *People* Terhadap Kepuasan Pelanggan

People (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan karena nilai t_{hitung} sebesar 7,518 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,982. Hasil penelitian ini sejalan dengan Yunita Citra Dewi, Putu Ngurah Suyatna Yasa dan Ni Luh Putu Indiani (2018) dengan judul penelitian “*Influence of Service Quality and Marketing Mix on Customer Satisfaction and Loyalty of Padma Resort Legian*” yang membuktikan bahwa *People* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh *Process* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Process (X_2) secara parsial tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan karena nilai t_{hitung} sebesar 1,836 lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,982. Hasil penelitian ini sejalan dengan Pantas Silaban (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Orang, Bukti Fisik, Proses Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Pantai Bulbul” yang membuktikan bahwa *People* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Physical Evidence (X_3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan karena nilai t_{hitung} sebesar 6,815 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,982. Hasil penelitian ini sejalan dengan Muhammad Iffan, Raeni Dwi Santy, dan Rengga Radiaswara (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung” yang membuktikan bahwa *Physical Evidence* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan

People (X_1), *Process* (X_2) dan *Physical Evidence* (X_3) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan karena nilai F_{hitung} sebesar 110,294 lebih besar dari pada nilai F_{tabel} yang sebesar 2,69. Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dipengaruhi oleh variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence* sebesar 75,10%, sedangkan sisanya yaitu 24,90% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan Raditya Ardianwiliandri, Rio Prasetyo Lukudono dan Remba Yanuar Efranto (2021) dengan judul penelitian “*The Influence of Marketing Mix and Marketing Environment Towards Customers Satisfaction To Enhance The Local Small Medium Enterprises Competitive Advantage*” yang membuktikan bahwa *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh *People*, *Process* dan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence* sebesar satu-satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.
2. *People* secara parsial memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
3. *Process* secara parsial tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
4. *Physical Evidence* secara parsial memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.
5. *People*, *Process* dan *Physical Evidence* secara simultan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan
6. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *People*, *Process* dan *Physical Evidence* keterkaitan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan.

Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. *People* (X_1) dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y), dimana:
 - a. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki karyawan yang dapat berkomunikasi dengan beberapa bahasa, hal tersebut membuat pelanggan merasa nyaman sehingga kepuasan pelanggan dapat tercipta.
 - b. Mempertahankan pelayanan karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sebagai perusahaan ekspedisi terdepan, yang selama ini sudah unggul dan ramah.
2. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan harus lebih memperhatikan *Process* (X_2) dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y), dimana:
 - a. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan membuat proses pelayanan tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan, sehingga pelanggan percaya dengan janji yang diberikan, karena sekarang lebih banyak melewati masa yang dijanjikan.
 - b. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan merencanakan proses pengiriman barang sesuai dengan jadwal, agar tercapainya target yang diharapkan sehingga pelanggan merasa nyaman dan terus melakukan pembelian ulang.
3. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan harus lebih memperhatikan *Physical Evidence* (X_3) dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y), dimana:

- a. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan diharapkan dapat menyediakan alat tulis menulis lengkap dan dalam keadaan baik sehingga beberapa pelanggan yang lupa menuliskan alamat dapat menggunakan alat tulis tersebut.
- b. Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menjaga dan menyediakan fasilitas pelengkap bersih dan dalam keadaan baik. Dengan demikian, pelanggan akan terus menggunakan jasa perusahaan.

Saran Akademis

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

- a. Menambah variabel penelitian
Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan selain *People*, *Process* dan *Physical Evidence*, misalnya variabel *Price*, *Promotion* dan *Place*.
- b. Perluasan Cakupan Geografis
Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa perusahaan ekspedisi di Kota Medan.

c. Menambah Jumlah Responden.

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 110 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrah Saidani, I Ketut R. Sudiarditha. (2019). Marketing Mix-7ps: The Effect on Customer Satisfaction. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis Universitas Negeri*.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.

- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.

- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA INDAH CARGO LOGISTIK JAMIN GINTING MEDAN”**.

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin anda : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan
3. Usia anda saat ini adalah : ☐ < 21 tahun ☐ 21 - 30 tahun
☐ 31- 40 tahun ☐ > 40 tahun
4. Pekerjaan : ☐ Wiraswasta ☐ Mahasiswa
☐ Karyawan ☐ Lainnya
5. Intensitas Penggunaan Jasa : ☐ 1 Kali ☐ 3 Kali
☐ 2 Kali ☐ > 3 Kali

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap benar.
2. Ada lima alternatif pilihan jawaban yaitu:

Keterangan	Skor Nilai
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
RR = Ragu-Ragu	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja

Daftar Pernyataan

Variabel *People* (X₁)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Pengetahuan karyawan tentang produk luas dan bagus						
1	Pelayanan yang diberikan karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selama ini sudah unggul dan ramah					
2	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat					
Karyawan yang ramah dan sopan						
3	Saya memberikan rekomendasi kepada teman atau saudara untuk untuk menggunakan jasa pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan					
4	Hubungan saya dengan Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat harmonis					
Penampilan karyawan yang menarik dan simpatik						
5	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan tidak menyepelekan penampilan dan juga selalu memperhatikan penampilan					
6	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dengan sigap					
Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan						
7	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan dapat berkomunikasi dengan beberapa bahasa sehingga pelanggan merasa nyaman					
8	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi konsumen dalam memberikan kritik dan saran					
Bicara dengan bahasa yang sopan dan mudah dimengerti						
9	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberikan pelayanan dengan memberikan informasi secara tepat dan akurat sehingga dapat memuaskan pelanggan					
10	Karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberikan pelayanan					

	yang sangat cepat dan handal dalam memberikan informasi yang diinginkan oleh pelanggan					
--	--	--	--	--	--	--

Variabel Process (X₂)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Proses cepat dan menyenangkan						
1	Proses pelayanan yang diberikan karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat cepat					
2	Proses yang dijalankan oleh karyawan Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sesuai dengan apa yang saya harapkan					
Proses mudah dan jelas						
3	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan melayani dalam hal administrasi sangat baik, sehingga menunjang pelayanan					
4	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan merencanakan proses pengiriman barang sesuai dengan jadwal					
Proses pembayaran mudah dan tidak sulit						
5	Proses pembayaran pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat mudah					
6	Pembayaran dengan menggunakan tunai atau kredit diterima pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan					
Proses pelayanan awal hingga akhir baik						
7	Proses pelayanan diberikan tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
8	Proses administrasi di Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memudahkan konsumen					

Variabel Physical Evidence (X₃)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Penataan Lobi						
1	Desain dan tata ruangan lobi pada					

	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sangat rapi dan menarik					
2	Terdapat ruang tunggu yang nyaman pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan					
Fasilitas Bersih dan Bagus						
3	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan fasilitas pelengkap bersih dan dalam keadaan baik					
4	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan alat tulis menulis lengkap dan dalam keadaan baik					
Desain interior yang menarik						
5	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menghias dinding ruangan dengan lukisan yang sesuai dengan kebutuhan					
6	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memberi kenyamanan lampu dengan warna yang netral					
Fasilitas parkir yang memadai dan aman						
7	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki sarana parkir yang luas					
8	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki sarana parkir yang nyaman dan memudahkan mobilitas kendaraan					
Penataan tata letak yang nyaman dan menarik						
9	Tata letak dan jarak antar meja pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan tidak terlalu dekat sehingga memudahkan pelanggan berjalan					
10	Area kerja dan tempat barang pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan bersih dan nyaman					
Kualitas / Suhu / Suhu udara yang nyaman						
11	Suhu udara ruangan pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan tidak begitu dingin dan sangat nyaman					
12	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menggunakan AC sentral sehingga dingin menyebar ke seluruh ruangan					

Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Tangible						
1	Menurut saya Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah bagi seluruh konsumen untuk memberikan kritik dan saran yang membangun					
2	Fasilitas kritik <i>online</i> via Whatsapp dan <i>Call Centre</i> bagi konsumen Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan sudah sangat baik					
Reliability						
3	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu melakukan perbaikan atau penyempurnaan pelayanan					
4	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu melakukan evaluasi ke kompetitor untuk memperbaiki kualitas kepuasan konsumen melalui pembeli bayangan					
Responsiveness						
5	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki konsumen yang bersedia melakukan pembelian ulang produk atau jasa perusahaan					
6	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan selalu menjadi pilihan anda di kemudian hari					
Assurance						
7	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan memiliki konsumen yang selalu merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada teman atau saudara					
8	Saya bersedia merekomendasikan produk pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan kepada orang lain					
Empathy						
9	Menurut saya Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menjaga kualitas produk sehingga keluhan ketidakpuasan konsumen tidak terjadi					
10	Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan menyediakan <i>service centre</i>					

	untuk menghindari ketidak puasan konsumen					
--	--	--	--	--	--	--

Terima Kasih

LAMPIRAN 2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	39	35.5	35.5	35.5
Valid Perempuan	71	64.5	64.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 21 Tahun	34	30.9	30.9	30.9
21 - 30 Tahun	15	13.6	13.6	44.5
Valid 31- 40 Tahun	41	37.3	37.3	81.8
> 40 Tahun	20	18.2	18.2	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Wiraswasta	45	40.9	40.9	40.9
Mahasiswa	30	27.3	27.3	68.2
Valid Karyawan	26	23.6	23.6	91.8
Lainnya	9	8.2	8.2	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna

Intensitas Pengguna

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 Kali	14	12.7	12.7	12.7
2 Kali	34	30.9	30.9	43.6
Valid 3 Kali	6	5.5	5.5	49.1
> 4 Kali	56	50.9	50.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Atas Variabel *People* (X₁)

RESPONDEN	PEOPLE (X ₁)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X1
1	3	2	3	3	3	4	5	4	5	5	37
2	5	4	5	5	5	3	3	2	3	3	38
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
5	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	25
6	2	3	1	1	2	3	3	4	3	3	25
7	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
8	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
9	3	4	3	3	3	4	2	5	4	5	36
10	2	5	4	5	5	4	3	3	3	3	37
11	3	3	3	3	3	4	2	4	2	2	29
12	2	4	2	2	2	3	5	4	5	5	34
13	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	44
14	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	44
15	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
16	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	46
17	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	44
18	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	46
19	4	5	4	4	4	1	5	4	5	5	41
20	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
21	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
22	3	5	3	3	3	5	3	2	3	3	33
23	3	2	3	3	3	4	3	3	3	5	32
24	3	3	3	5	5	1	4	4	4	4	36
25	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
26	3	4	3	3	3	4	2	4	2	2	30
27	2	4	2	2	2	1	2	4	3	2	24
28	2	4	3	2	4	3	4	5	5	4	36
29	4	5	5	4	5	4	2	4	3	2	38
30	2	4	3	2	4	3	3	4	3	3	31
31	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	34
32	3	4	3	3	4	5	3	5	4	3	37
33	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	41
34	4	5	4	4	5	5	3	4	2	3	39
35	3	4	2	3	4	5	4	5	4	4	38
36	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46

RESPONDEN	PEOPLE (X1)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X1
37	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
38	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
39	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
40	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	45
41	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
42	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
43	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
44	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
45	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
46	5	4	4	4	4	4	4	5	5	1	40
47	4	5	5	1	5	5	4	4	4	4	41
48	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	38
49	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	31
50	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	29
51	3	2	3	3	2	3	5	4	3	4	32
52	5	4	3	4	2	4	3	3	3	3	34
53	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	30
54	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	29
55	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	31
56	2	3	5	3	3	3	3	4	4	3	33
57	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	34
58	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	30
59	3	4	2	3	3	4	5	5	3	3	35
60	5	5	3	3	3	2	3	4	4	5	37
61	3	4	4	5	3	3	2	4	3	4	35
62	2	4	3	4	3	3	5	4	4	4	36
63	5	4	4	4	5	3	4	5	4	1	39
64	4	5	4	1	4	4	5	4	4	3	38
65	5	4	4	3	4	3	3	2	3	3	34
66	3	2	3	3	3	4	5	4	5	5	37
67	5	4	5	5	5	3	3	2	3	3	38
68	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
69	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
70	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	25
71	2	3	1	1	2	3	3	4	3	3	25
72	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
73	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
74	3	4	3	3	3	4	2	5	4	5	36
75	2	5	4	5	5	4	3	3	3	3	37

RESPONDEN	PEOPLE (X1)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	X1
76	3	3	3	3	3	4	2	4	2	2	29
77	2	4	2	2	2	3	5	4	5	5	34
78	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	44
79	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	44
80	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
81	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	46
82	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	44
83	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	46
84	4	5	4	4	4	1	5	4	5	5	41
85	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
86	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
87	3	5	3	3	3	5	3	2	3	3	33
88	3	2	3	3	3	4	3	3	3	5	32
89	3	3	3	5	5	1	4	4	4	4	36
90	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
91	3	4	3	3	3	4	2	4	2	2	30
92	2	4	2	2	2	1	2	4	3	2	24
93	2	4	3	2	4	3	4	5	5	4	36
94	4	5	5	4	5	4	2	4	3	2	38
95	2	4	3	2	4	3	3	4	3	3	31
96	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	34
97	3	4	3	3	4	5	3	5	4	3	37
98	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	41
99	4	5	4	4	5	5	3	4	2	3	39
100	3	4	2	3	4	5	4	5	4	4	38
101	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
102	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
103	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
104	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
105	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	45
106	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
107	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
108	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
109	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
110	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47

LAMPIRAN 4

Jawaban Responden Atas Variabel *Process* (X₂)

RESPONDEN	PROCESS (X ₂)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X ₂
1	1	5	3	4	5	3	3	3	27
2	4	3	3	5	4	3	5	5	32
3	1	3	2	3	3	3	3	2	20
4	3	3	3	3	3	3	4	3	25
5	3	3	3	5	3	3	3	5	28
6	3	5	3	2	3	5	1	3	25
7	4	4	5	3	4	4	3	4	31
8	3	4	3	3	3	4	3	3	26
9	4	2	2	4	4	2	3	4	25
10	5	3	5	5	5	3	5	5	36
11	1	4	4	3	4	4	3	1	24
12	4	3	5	2	4	3	2	4	27
13	4	4	5	5	4	4	5	4	35
14	5	4	4	4	5	4	4	5	35
15	4	4	5	5	4	4	5	4	35
16	5	4	4	5	5	4	5	5	37
17	5	3	5	4	5	3	4	5	34
18	5	3	4	5	5	3	5	5	35
19	5	3	3	4	5	3	4	5	32
20	4	4	3	5	4	4	5	4	33
21	4	4	3	4	4	4	4	4	31
22	4	4	4	3	4	4	3	4	30
23	2	4	3	3	2	4	3	2	23
24	3	3	2	5	4	4	3	3	27
25	4	4	2	4	4	4	4	4	30
26	4	4	4	3	4	4	3	4	30
27	4	4	2	2	4	4	2	4	26
28	2	2	3	2	4	3	2	2	20
29	4	4	3	4	5	4	4	4	32
30	2	2	3	2	4	3	2	2	20
31	3	3	4	3	4	4	3	4	28
32	3	3	3	3	4	5	3	5	29
33	3	3	4	3	5	4	3	4	29
34	4	4	5	4	5	5	4	5	36
35	4	3	4	3	4	5	3	5	31
36	4	4	4	4	5	5	4	5	35

RESPONDEN	PROCESS (X2)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
37	5	5	4	5	4	5	5	5	38
38	4	4	5	4	5	4	4	4	34
39	4	4	5	4	4	4	4	4	33
40	4	4	5	4	5	5	4	5	36
41	5	5	5	5	4	4	5	4	37
42	5	4	5	4	5	4	4	4	35
43	5	4	5	5	5	5	5	5	39
44	5	5	5	5	4	4	5	4	37
45	5	4	5	5	5	5	5	5	39
46	5	5	5	5	4	4	4	4	36
47	5	5	5	5	4	5	4	5	38
48	5	5	2	5	4	4	4	4	33
49	5	5	3	4	4	3	4	3	31
50	5	5	2	4	2	3	2	3	26
51	5	4	4	1	3	3	3	3	26
52	5	5	4	1	4	4	4	4	31
53	5	5	4	4	4	3	4	3	32
54	4	5	4	4	4	2	4	2	29
55	4	5	1	3	4	3	4	3	27
56	4	5	4	3	3	3	3	3	28
57	4	5	4	4	3	3	3	3	29
58	2	1	4	3	2	3	2	2	19
59	1	2	4	5	4	5	4	4	29
60	5	4	4	3	2	3	2	2	25
61	3	4	5	3	3	3	3	3	27
62	5	4	4	3	3	3	3	3	28
63	5	5	4	2	3	2	3	3	27
64	4	5	4	3	4	3	4	4	31
65	4	5	4	3	3	3	3	3	28
66	4	5	4	3	4	3	4	4	31
67	4	4	4	5	5	5	5	5	37
68	5	5	5	3	1	3	1	4	27
69	4	5	5	2	4	2	4	4	30
70	4	5	5	5	4	5	4	4	36
71	4	4	5	4	5	4	5	5	36
72	5	5	4	5	4	5	4	4	36
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	4	4	5	4	5	5	37
75	4	4	5	5	5	5	5	5	38

RESPONDEN	PROCESS (X2)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
76	3	2	5	4	5	4	5	5	33
77	5	4	4	5	4	5	4	4	35
78	3	2	4	4	4	4	4	4	29
79	3	3	4	3	4	3	4	4	28
80	3	3	1	3	2	3	2	2	19
81	2	3	4	3	3	3	3	4	25
82	3	4	4	4	4	4	4	4	31
83	3	3	3	3	4	3	4	4	27
84	3	4	3	2	4	2	4	4	26
85	5	5	4	2	4	3	2	3	28
86	3	4	5	4	5	5	4	5	35
87	2	4	4	2	4	3	2	3	24
88	5	4	3	3	4	3	3	3	28
89	4	5	3	3	4	3	3	3	28
90	5	4	4	3	5	4	3	4	32
91	5	5	5	4	5	4	4	4	36
92	4	5	5	3	4	2	4	2	29
93	5	5	2	4	5	4	4	4	33
94	4	5	5	5	4	5	5	5	38
95	5	4	4	4	5	4	4	4	34
96	4	4	5	4	4	5	4	5	35
97	5	4	5	4	5	4	4	4	35
98	4	4	3	5	4	4	5	4	33
99	5	4	5	4	5	5	4	5	37
100	5	5	3	5	5	5	5	5	38
101	1	5	3	4	5	3	3	3	27
102	4	3	3	5	4	3	5	5	32
103	1	3	2	3	3	3	3	2	20
104	3	3	3	3	3	3	4	3	25
105	3	3	3	5	3	3	3	5	28
106	3	5	3	2	3	5	1	3	25
107	4	4	5	3	4	4	3	4	31
108	3	4	3	3	3	4	3	3	26
109	4	2	2	4	4	2	3	4	25
110	5	3	5	5	5	3	5	5	36

LAMPIRAN 5

Jawaban Responden Atas Variabel *Physical Evidence* (X₃)

RESPONDEN	PHYSICAL EVIDENCE (X ₃)												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	X3
1	1	3	2	1	3	1	4	3	4	5	4	3	34
2	4	5	4	3	5	4	2	3	2	3	1	3	39
3	2	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	31
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	2	3	5	39
6	3	2	3	5	2	3	4	4	4	3	4	4	41
7	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	42
8	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	2	38
9	4	3	4	2	3	4	5	3	5	5	5	3	46
10	5	5	5	3	5	5	4	4	1	3	1	4	45
11	1	3	1	4	3	1	4	3	4	2	4	3	33
12	4	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	44
13	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53
14	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52
15	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	54
16	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	3	54
17	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	5	3	52
18	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	53
19	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	51
20	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
22	4	3	4	4	3	4	2	4	2	3	2	4	39
23	2	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	35
24	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	44
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
26	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	42
27	4	2	4	4	2	3	3	2	4	3	2	2	35
28	4	3	2	2	4	5	5	4	5	5	4	4	47
29	5	5	4	4	5	3	3	2	4	3	2	2	42
30	4	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	37
31	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	39
32	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	43
33	5	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	49
34	5	4	4	4	5	2	2	3	4	2	4	3	42
35	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	46
36	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	56

RESPONDEN	PHYSICAL EVIDENCE (X3)												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	X3
37	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	52
38	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	53
39	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50
40	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	53
41	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	52
42	5	4	4	4	5	2	5	4	5	2	4	4	48
43	5	2	4	4	5	3	4	3	5	3	3	3	44
44	5	3	3	3	4	3	5	2	3	2	3	2	38
45	3	2	3	2	5	3	4	4	5	4	5	4	44
46	5	4	5	4	4	4	5	2	3	2	3	2	43
47	3	2	3	2	5	3	5	3	3	3	3	3	38
48	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	40
49	3	3	3	3	4	5	4	3	2	3	2	3	38
50	2	3	2	3	4	1	1	4	3	4	3	4	34
51	3	4	3	4	5	4	1	3	3	3	3	3	39
52	3	3	3	3	1	4	4	4	3	4	3	4	39
53	3	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	52
54	5	5	5	5	4	4	3	1	3	5	3	1	44
55	3	5	3	1	3	5	3	4	2	4	2	4	39
56	2	4	2	4	3	5	4	4	5	4	5	4	46
57	5	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	53
58	4	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4	51
59	5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	53
60	5	5	5	5	3	4	3	5	4	5	4	5	53
61	4	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	53
62	5	5	5	5	3	2	5	5	4	5	4	5	53
63	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	52
64	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
65	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	2	1	38
66	1	3	2	1	3	1	4	3	4	5	4	3	34
67	4	5	4	3	5	4	2	3	2	3	1	3	39
68	2	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	31
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
70	3	3	3	3	3	3	3	5	3	2	3	5	39
71	3	2	3	5	2	3	4	4	4	3	4	4	41
72	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	42
73	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	2	38
74	4	3	4	2	3	4	5	3	5	5	5	3	46
75	5	5	5	3	5	5	4	4	1	3	1	4	45

RESPONDEN	PHYSICAL EVIDENCE (X3)												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	X3
76	1	3	1	4	3	1	4	3	4	2	4	3	33
77	4	2	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	44
78	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53
79	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	52
80	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	54
81	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	3	54
82	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	5	3	52
83	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	53
84	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	51
85	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
87	4	3	4	4	3	4	2	4	2	3	2	4	39
88	2	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	35
89	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	44
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
91	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	42
92	4	2	4	4	2	3	3	2	4	3	2	2	35
93	4	3	2	2	4	5	5	4	5	5	4	4	47
94	5	5	4	4	5	3	3	2	4	3	2	2	42
95	4	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	37
96	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	39
97	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	43
98	5	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	49
99	5	4	4	4	5	2	2	3	4	2	4	3	42
100	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	46
101	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	56
102	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	52
103	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	53
104	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	50
105	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	53
106	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	52
107	5	4	4	4	5	2	5	4	5	2	4	4	48
108	5	2	4	4	5	3	4	3	5	3	3	3	44
109	5	3	3	3	4	3	5	2	3	2	3	2	38
110	3	2	3	2	5	3	4	4	5	4	5	4	44

LAMPIRAN 6

Jawaban Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (Y)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Y
1	3	2	3	2	3	2	3	2	5	4	29
2	5	4	5	4	5	4	5	4	3	2	41
3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
6	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	27
7	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
9	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	38
10	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	44
11	3	1	3	1	3	4	3	1	2	4	25
12	2	4	2	4	2	4	2	4	5	4	33
13	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
14	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
15	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
17	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
19	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
20	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
22	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	33
23	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	26
24	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	35
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
26	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	34
27	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	30
28	2	4	3	2	2	4	3	2	4	5	31
29	4	5	5	4	4	5	5	4	2	4	42
30	2	4	3	2	2	4	3	2	3	4	29
31	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	33
32	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	34
33	3	5	4	3	3	5	4	3	4	5	39
34	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	41
35	3	4	2	4	3	4	2	3	4	5	34
36	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43

[illegible]

RESPONDEN	KEPUASAN PELANGGAN (Y)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Y
76	3	1	3	1	3	4	3	1	2	4	25
77	2	4	2	4	2	4	2	4	5	4	33
78	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
79	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
80	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
81	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
82	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
83	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
84	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
85	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
87	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	33
88	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	26
89	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	35
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
91	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	34
92	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	30
93	2	4	3	2	2	4	3	2	4	5	31
94	4	5	5	4	4	5	5	4	2	4	42
95	2	4	3	2	2	4	3	2	3	4	29
96	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	33
97	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	34
98	3	5	4	3	3	5	4	3	4	5	39
99	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	41
100	3	4	2	4	3	4	2	3	4	5	34
101	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
102	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
103	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
104	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
105	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
106	5	4	4	5	5	4	4	5	3	3	42
107	3	3	2	5	5	4	5	4	3	5	39
108	3	5	4	5	5	5	5	5	3	3	43
109	3	3	2	5	4	5	4	5	3	3	37
110	3	3	3	4	5	5	5	5	3	3	39

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *People* (X₁)

[illegible]

TOT	Pearson	.760**	.693**	.723**	.584**	.726**	.757**	.513**	.612**	.659**	.560**	1
ALP	Correlation											
	Sig. (2-	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.004	.000	.000	.001	
	tailed)											
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	10

LAMPIRAN 8

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Process* (X₂)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.427*	.325	.468**	.357	.259	.097	.321	.638**
	Sig. (2-tailed)		.019	.080	.009	.053	.167	.609	.084	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.427*	1	.562**	.892**	.799**	.553**	.029	.175	.812**
	Sig. (2-tailed)	.019		.001	.000	.000	.002	.878	.356	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.325	.562**	1	.535**	.461*	.475**	.440*	.257	.763**
	Sig. (2-tailed)	.080	.001		.002	.010	.008	.015	.170	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.468**	.892**	.535**	1	.956**	.669**	.009	.059	.847**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.002		.000	.000	.960	.757	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.357	.799**	.461*	.956**	1	.686**	-.080	.000	.766**
	Sig. (2-tailed)	.053	.000	.010	.000		.000	.675	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.259	.553**	.475**	.669**	.686**	1	-.015	-.136	.674**
	Sig. (2-tailed)	.167	.002	.008	.000	.000		.937	.475	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.097	.029	.440*	.009	-.080	-.015	1	.414*	.388*
	Sig. (2-tailed)	.609	.878	.015	.960	.675	.937		.023	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.321	.175	.257	.059	.000	-.136	.414*	1	.389*
	Sig. (2-tailed)	.084	.356	.170	.757	1.000	.475	.023		.033
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.638**	.812**	.763**	.847**	.766**	.674**	.388*	.389*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.034	.033	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	8

LAMPIRAN 9

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Physical Evidence* (X₃)

		Correlations												TOTAL P
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
P1	Pearson Correlation	1	.530 [*]	.209	.613 [*]	.456 [*]	.887 [*]	.211	.252	.211	.252	.219	-.137	.662 [*]
	Sig. (2-tailed)		.003	.267	.000	.011	.000	.264	.179	.264	.179	.245	.470	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.530 [*]	1	.200	.236	.842 [*]	.643 [*]	.040	.337	.040	.337	.201	.092	.600 [*]
	Sig. (2-tailed)	.003		.290	.210	.000	.000	.833	.069	.833	.069	.286	.630	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.209	.200	1	-.059	.238	.090	.927 [*]	.490 [*]	.927 [*]	.490 [*]	.279	.606 [*]	.745 [*]
	Sig. (2-tailed)	.267	.290		.757	.205	.637	.000	.006	.000	.006	.135	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.613 [*]	.236	.059	1	.215	.635 [*]	-.033	.132	-.033	.132	.157	-.325	.398 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.210	.757		.253	.000	.864	.485	.864	.485	.406	.080	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.456 [*]	.842 [*]	.238	.215	1	.624 [*]	.120	.292	.120	.292	.045	.136	.595 [*]
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.205	.253		.000	.529	.117	.529	.117	.813	.473	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.887 [*]	.643 [*]	.090	.635 [*]	.624 [*]	1	.070	.294	.070	.294	.188	-.114	.653 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.637	.000	.000		.715	.115	.715	.115	.320	.548	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.211	.040	.927 [*]	-.033	.120	.070	1	.462 [*]	1.000 ^{**}	.462 [*]	.312	.594 [*]	.720 [*]
	Sig. (2-tailed)	.264	.833	.000	.864	.529	.715		.010	.000	.010	.093	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.252	.337	.490 [*]	.132	.292	.294	.462 [*]	1	.462 [*]	1.000 ^{**}	.369 [*]	.136	.660 [*]
	Sig. (2-tailed)	.179	.069	.006	.485	.117	.115	.010		.010	.000	.045	.473	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.211	.040	.927 [*]	-.033	.120	.070	1.000 ^{**}	.462 [*]	1	.462 [*]	.312	.594 [*]	.720 [*]
	Sig. (2-tailed)	.264	.833	.000	.864	.529	.715	.000	.010		.010	.093	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.252	.337	.490 [*]	.132	.292	.294	.462 [*]	1.000 ^{**}	.462 [*]	1	.369 [*]	.136	.660 [*]
	Sig. (2-tailed)	.179	.069	.006	.485	.117	.115	.010	.000	.010		.045	.473	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	.219	.201	.279	.157	.045	.188	.312	.369 [*]	.312	.369 [*]	1	.025	.459 [*]

	Sig. (2-tailed)	.245	.286	.135	.406	.813	.320	.093	.045	.093	.045		.895	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	-		.606*	-		-	.594*	.136	.594*	.136	.025	1	.403*
	Correlation	.137	.092		.325	.136	.114							
P12	Sig. (2-tailed)	.470	.630	.000	.080	.473	.548	.001	.473	.001	.473	.895		.027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.662*	.600*	.745*	.398*	.595*	.653*	.720*	.660*	.720*	.660*	.459*	.403*	1
	Correlation													
TOT	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.030	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.027	
AL P	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	12

LAMPIRAN 10

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOT AL P
P1	Pearson Correlation	1	.163	.466**	.286	.178	.386*	.279	.517**	.151	.390*	.577**
	Sig. (2-tailed)		.389	.010	.126	.345	.035	.135	.003	.425	.033	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.163	1	.523**	.826**	.355	.556**	.746**	.434*	.380*	.388*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.389		.003	.000	.055	.001	.000	.016	.038	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.466**	.523**	1	.536**	.354	.879**	.575**	.947**	.338	.470**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.010	.003		.002	.055	.000	.001	.000	.068	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.286	.826**	.536**	1	.371*	.412*	.815**	.629**	.308	.287	.794**
	Sig. (2-tailed)	.126	.000	.002		.044	.024	.000	.000	.098	.124	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.178	.355	.354	.371*	1	.386*	.374*	.359	.981**	.447*	.583**
	Sig. (2-tailed)	.345	.055	.055	.044		.035	.042	.051	.000	.013	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.386*	.556**	.879**	.412*	.386*	1	.456*	.757**	.419*	.566**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.035	.001	.000	.024	.035		.011	.000	.021	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.279	.746**	.575**	.815**	.374*	.456*	1	.592**	.336	.291	.781**
	Sig. (2-tailed)	.135	.000	.001	.000	.042	.011		.001	.070	.119	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.517**	.434*	.947**	.629**	.359	.757**	.592**	1	.300	.412*	.869**
	Sig. (2-tailed)	.003	.016	.000	.000	.051	.000	.001		.107	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.151	.380*	.338	.308	.981**	.419*	.336	.300	1	.455*	.554**
	Sig. (2-tailed)	.425	.038	.068	.098	.000	.021	.070	.107		.012	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.390*	.388*	.470**	.287	.447*	.566**	.291	.412*	.455*	1	.552**
	Sig. (2-tailed)	.033	.034	.009	.124	.013	.001	.119	.024	.012		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT AL P	Pearson Correlation	.577**	.741**	.872**	.794**	.583**	.799**	.781**	.869**	.554**	.552**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

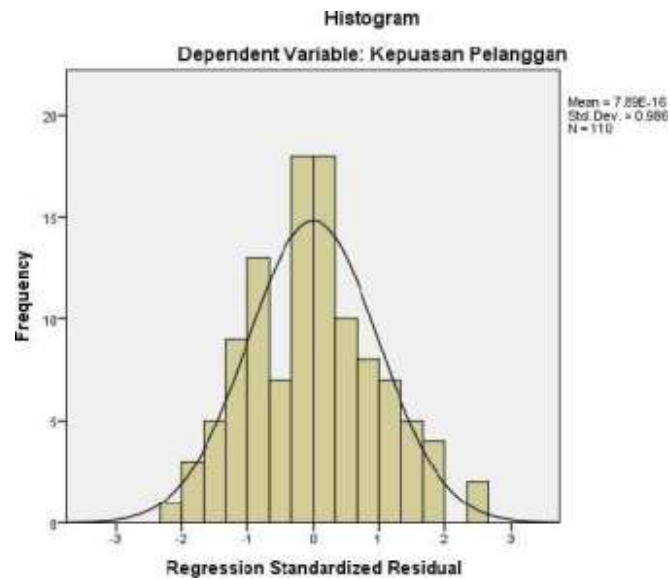
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	10

LAMPIRAN 10

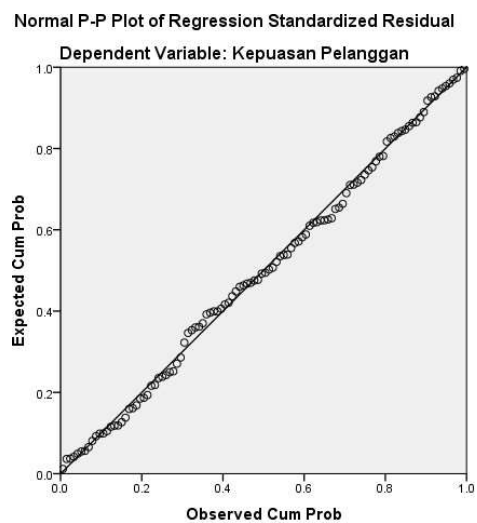
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- Histogram



- Normal P Plot



- **Kolmogrov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.04271079
	Absolute	.042
Most Extreme Differences	Positive	.042
	Negative	-.036
Kolmogorov-Smirnov Z		.445
Asymp. Sig. (2-tailed)		.989

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

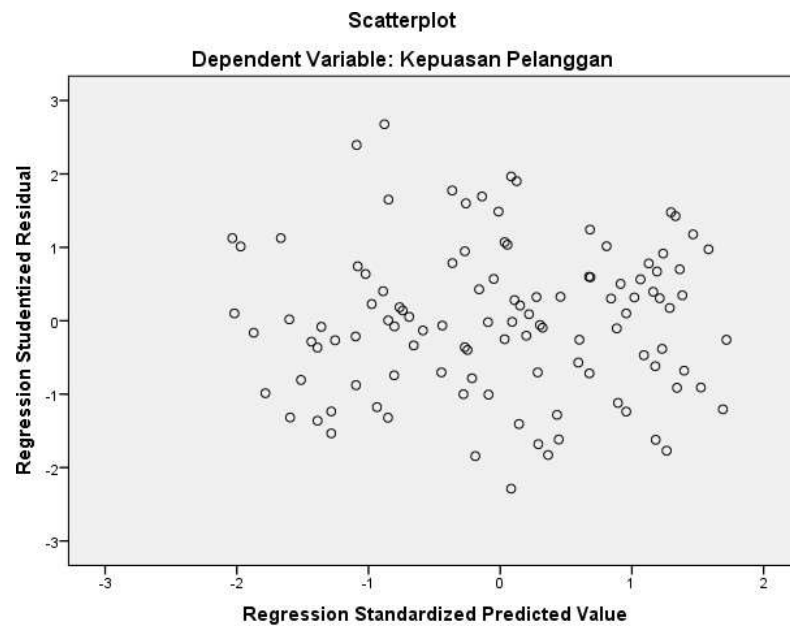
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 People	.527	1.896
Process	.930	1.076
Physical Evidence	.556	1.797

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

c. Uji Heteroskedastisitas

- Scatterplot



LAMPIRAN 11

Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

a. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.955	2.621		-.746	.457		
People	.477	.063	.495	7.518	.000	.527	1.896
Process	.112	.061	.091	1.836	.069	.930	1.076
Physical Evidence	.406	.060	4.37	6.815	.000	.556	1.797

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Uji Hipotesis

- Uji t

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	-.746	.457
People	7.518	.000
Process	1.836	.069
Physical Evidence	6.815	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

- **Uji F**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3150.041	3	1050.014	110.294	.000 ^b
	Residual	1009.132	106	9.520		
	Total	4159.173	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Process, People

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	.757	.751	3.085

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Process, People

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 07 Oktober 2022

Nomor : 5750/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan CV. Indah Cargo Logistik

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Cicilia
NIM	: 191010182
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke CV. Indah Cargo Logistik yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



Hal : Permohonan Izin Observasi

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

Di tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat Nomor: 5750/R/STIE-EP/X/2022 Tanggal 14 Februari 2023 perihal permohonan izin observasi kepada mahasiswa :

Nama	: Cicilia
NIM	: 191010182
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S-1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Indah Cargo Logistik Jamin Ginting Medan

Bersama ini, kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan observasi di perusahaan kami. Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 14 Februari 2023

Hormat Kami





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Ciciia
NIM : 181010182
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	16 FEB 2022	KORH20 JUDUL PROPOSAL: PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP THEKAT PENJUALAN UMKM SAWERAN MANTUBUNG	181010243	
2	16 FEB 2022	MICHAEL JUDUL PROPOSAL: PENGARUH PROMOSI PENJUALAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEBERAGAMAN MEDIA OL TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA TOTO BIRU MOTOR	181010205	
3	16 FEB 2022	SYABDINA FITRIANI JUDUL PROPOSAL: PENGARUH MODAL DAN BANTUAN SOSIAL TERHADAP KETAHANAN USAHA (UMKM) DI ERTA MEDAN	181010252	
4	14 FEB 2022	DAVID CHANDRA SAM JUDUL PROPOSAL: Pengaruh word of mouth dan kualitas jasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa Endotograph	181010182	
5	14 FEB 2022	SHARUE JUDUL PROPOSAL: Pengaruh beradarnya merek dan promosi penjualan terhadap volume penjualan di PT. Berdaya Indonesia	181010127	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 07 Juli 2023
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rereki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1

FOTO
3X4

Nama Mahasiswa : Cicilia

NIM : 191010182

Kelas : 19.5.

Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~ Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA :

Email: Ciciliachen561@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Balazidesa 99. melati no. 03

Nama Dosen Pembimbing 1:

Nama Dosen Pembimbing 2:

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	27 SEPTEMBER 2022	Bimbingan judul	<i>[Signature]</i>
2	06 NOVEMBER 2022	Bimbingan bab 1	<i>[Signature]</i>
3	11 DESEMBER 2022	Bimbingan revisi Bab 1 (Latar belakang)	<i>[Signature]</i>
4	26 Januari 2023	Bimbingan revisi Bab 1	<i>[Signature]</i>
5	6 Februari 2023	Revisi bab 1	<i>[Signature]</i>
6	11 Februari 2023	Perbaikan susunan Latar Belakang, Kuesioner	<i>[Signature]</i>
7	18 APRIL 2023	Revisi Bab 1 - 3	<i>[Signature]</i>
8	4 mei 2023	Bimbingan Bab 4	<i>[Signature]</i>
9	6 mei 2023	Bimbingan Ulang Bab 4 - 5	<i>[Signature]</i>
10	8 mei 2023	Bimbingan Kuesioner	<i>[Signature]</i>
11	10 mei 2023	Hasil Lampiran Uji	<i>[Signature]</i>
12	10 mei 2023	ACC sidang	<i>[Signature]</i>
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	18 APRIL 2023	ACC Bab 1 - 3	<i>[Signature]</i>
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

[Signature]

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
2

FOTO
3X4

Nama Mahasiswa : *Cicilia*

NIM : *191010182*

Kelas : *Pemasaran B*

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : *0882 - 0151 - 09403* Email: *ciciliaachen561@gmail.com*

Alamat Tinggal: *Jl. Boloidesa 93, metali no 03 (Medan Polonia)*

Nama Dosen Pembimbing 1:

Nama Dosen Pembimbing 2:

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	13 Januari 2023	<i>Ace Justin</i>	
2		<i>Ace Bab I (Puisi)</i>	
3	11 Februari 2023	<i>Revisi Bab II</i>	
4	13 Februari 2023	<i>Revisi Kuesioner</i>	
5	13 Februari 2023	<i>Ace Sempus</i>	
6	3 Mei 2023	<i>Revisi Bab 1 - 3</i>	
7	4 Mei 2023	<i>Revisi Bab 3 - 4</i>	
8	6 Mei 2023	<i>Revisi Bab I</i>	
9	7 Mei 2023	<i>Lampiran Floor Kuesioner, Olah Data SPS</i>	
10	8 Mei 2023	<i>dan daftar pustaka</i>	
11	10 Mei 2023	<i>Ace Spdy Myri Hery</i>	
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	18 APRIL 2023	<i>ACE Bab 1 & 3</i>	
2	19 APRIL 2023	<i>Ace revisi</i>	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : CICILIA
Tempat / Tanggal Lahir : Pematang siantar, 22 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Brigjend katamso gg. asli no. 696
Alamat Email : Ciciliachen561@gmail.com
Agama : Kristen protestan
Status : Belum menikah
Handphone (HP) : 085834172943

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SDN 12387 – P. siantar
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP Swasta Lanud Soewondo - Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Methodist-4 - Medan
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023 : STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Mei 2019 s/d July 2020 : CV. Alva Optical
July 2020 s/d April 2022 : CV. Olafin

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Iwan
Pekerjaan : Wiraswasta
Handphone (HP) : 085262380761
Alamat : Jl. Brigjend katamso gg. asli no. 696

Nama Ibu : Yanti
Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Handphone (HP) : 085834172943
Alamat : Jl. Brigjend Katamso gg. asli no. 696

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 08 Juli 2023
Penulis,

CICILIA
191010182