

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DAN *MARKETPLACE*
TERHADAP JASA PENGIRIMAN BARANG PADA
PT. J&T EXPRESS TEBING TINGGI**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
KIRALITA LIANI SARAGIH
181010224**

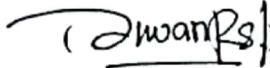
**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

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

Judul : **PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DAN
MARKETPLACE TERHADAP JASA PENGIRIMAN
BARANG PADA PT J&T EXPRESS TEBING TINGGI**
Nama : **Kiralita Liani Saragih**
NIM : **18101224**
Program Studi : **Manajemen**
Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Pada 06 Juli 2022
Dewan Penguji,

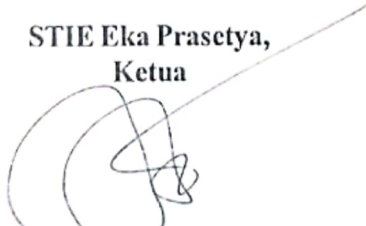
Penguji I : **Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.**
NIDN : **0115019003**

()

Penguji II : **Dedy Lazuardi, S.E., M.M.**
NIDN : **0127117801**

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua

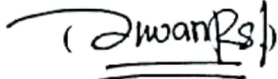

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

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

Judul : **PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DAN
MARKETPLACE TERHADAP JASA PENGIRIMAN
BARANG PADA PT J&T EXPRESS TEBING TINGGI**
Nama : **Kiralita Liani Saragih**
NIM : **18101224**
Program Studi : **Manajemen**
Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Pada 06 Juli 2022
Dewan Penguji,

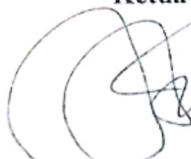
Penguji I : **Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.**
NIDN : **0115019003**

()

Penguji II : **Dedy Lazuardi, S.E., M.M.**
NIDN : **0127117801**

()

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	Kiralita Liani Saragih
NIM	181010224
Judul Skripsi	Pengaruh Sistem Pembayaran dan <i>Marketplace</i> Terhadap Jasa Pengiriman Barang Pada PT. J&T Express Tebing Tinggi
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing - I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing - II	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

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

Medan, 06 Juni 2022



Kiralita Liani Saragih
181010224

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DAN MARKETPLACE TERHADAP JASA PENGIRIMAN BARANG PADA PT J&T EXPRESS TEBING TINGGI”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

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

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Junaidi Abidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.

7. Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
8. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
9. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
10. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
11. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
12. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
13. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

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

Medan, 06 Juni 2022
Peneliti



Kiralita Liani Saragih
18101224

ABSTRAK

Kiralita Liani Saragih, 181010224, 2022. Pengaruh Sistem Pembayaran dan *Marketplace* Terhadap Jasa Pengiriman Barang Pada PT. J&T Express Tebing Tinggi. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II: Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Sistem Pembayaran dan *Marketplace* terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Express Tebing Tinggi. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT. J&T Express Tebing Tinggi serta unit observasinya adalah konsumen dari PT. J&T Express Tebing Tinggi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari PT. J&T Express Tebing Tinggi sebanyak 550 responden. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan berjumlah 85 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 **Jasa Pengiriman Barang = $4,345 + 0,380$ Sistem Pembayaran + $0,465$ Marketplace + e** Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Sistem Pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Express Tebing Tinggi dimana $t_{hitung} 4,075 > t_{tabel} 1,989$ dan variabel *Marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Express Tebing Tinggi dimana $t_{hitung} 5,422 > t_{tabel} 1,989$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 46,090 > F_{tabel} 3,11$ yang berarti variabel bebas yaitu Sistem Pembayaran dan *Marketplace* secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Express Tebing Tinggi. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 52,90% variabel Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Express Tebing Tinggi dipengaruhi oleh variabel Sistem Pembayaran dan *Marketplace*, sedangkan sisanya sebesar 47,10% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Sistem Pembayaran, *Marketplace*, Jasa Pengiriman Barang

ABSTRACT

Kiralita Liani Saragih, 181010224, 2022. *The Influence of Payment System and Marketplace on Freight Forwarding Payment System at PT. J&T Express Tebing Tinggi. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Advisor II: Mrs. Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.*

The purpose of this study is to determine the effect of Payment System and Marketplace on Freight Forwarding Service at PT. J&T Express Tebing Tinggi. The research methodology used is quantitative descriptive method, the unit of analysis in this study is PT. J&T Express Tebing Tinggi and its observation unit are customers of PT. J&T Express Tebing Tinggi. The population in this study are customers of PT. J&T Express Tebing Tinggi totaling 550 respondents. The technique of determining the number of samples used in this study is Slovin formula and totaling 85 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypotheses with 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 **Freight Forwarding Service = 4,345 + 0,380 Payment System + 0,465 Marketplace + e**. The t test results show Payment System variable had a positive and significant on Freight Forwarding Service at PT. J&T Express Tebing Tinggi where $t_{count} 4,075 > t_{table} 1,989$ and Marketplace variable variable had a positive and significant on Freight Forwarding Service at PT. J&T Express Tebing Tinggi where t_{count} is $5,422 > t_{table} 1,989$. The F test results that show $F_{count} 46,090 > F_{table} 3,11$ that means the independent variables Payment System and Marketplace adjusted for the variable Freight Forwarding Service. Test results of the coefficient of determination (R^2) indicate that 52,90% of Freight Forwarding Service variable are supported by Payment System and Marketplace variables, while 47,10% are discussed by other factors or variables outside the model such as Promotion, Service Quality and Brand Image that not discussed in in this research.

Keywords: Payment System, Marketplace, Freight Forwarding Service

MOTTO

Setiap orang punya jatah gagal. Habiskan jatah gagalmu saat muda – *Dahlan Iskan*

Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak – *Ralph Waldo Emerson*

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi, **Ayah dan Ibuku**, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembarnya kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ayah dan Ibu bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ayah dan Ibu yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, Terima kasih Ayah dan Ibu. **Teman-Teman**, untuk kawan-kawanku yang selalu memberikan motivasi, nasihat, dukungan moral serta material yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, **Dosen Pembimbing Tugas Akhir**, Ibu Sri dan Ibu Elisabeth selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak Ibu dan Bapak sudah membantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

Tanpa mereka, karya ini tidak akan pernah tercipta

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 6

1.3 Batasan Masalah 7

1.4 Rumusan Masalah 7

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Kegunaan Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 9

2.1 Landasan Teori 9

2.1.1 Teori Tentang Jasa Pengiriman (Ekspedisi) 9

2.1.1.1 Pengertian Jasa Pengiriman (Ekspedisi). 9

2.1.1.2	Indikator Jasa Pengiriman Barang	10
2.1.1.3	Jenis Jasa Pengiriman Barang.....	12
2.1.1.4	Teknik Jasa Pengiriman Barang	13
2.1.1.5	Layanan Jasa Pengiriman Barang.....	14
2.1.1.6	Memilih Jasa Pengiriman Barang Secara Tepat	15
2.1.2	Teori Tentang Sistem Pembayaran.....	16
2.1.2.1	Pengertian Sistem Pembayaran	16
2.1.2.2	Alat dan Sistem Pembayaran.....	17
2.1.2.3	Macam-Macam Sistem Pembayaran	18
2.1.2.4	Sistem Pembayaran Jasa Pengiriman J&T Express	20
2.1.2.5	Sistem Pembayaran Jasa Pengiriman.....	21
2.1.2.6	Indikator Sistem Pembayaran	21
2.1.3	Teori Tentang <i>Marketplace</i>	22
2.1.3.1	Pengertian <i>Marketplace</i>	22
2.1.3.2	Indikator <i>Marketplace</i>	23
2.1.3.3	Perkembangan Digital Dunia <i>Marketplace</i>	24
2.1.3.4	Jenis-Jenis <i>Marketplace</i>	27
2.2	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	31
2.4	Hipotesis.....	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.1.1	Lokasi Penelitian	32
3.1.2	Waktu Penelitian.....	32
3.2	Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1	Jenis Data.....	32
3.2.2	Sumber Data	32
3.3	Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi	33

3.3.2 Sampel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisa Data	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.3.1 Uji Normalitas	38
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	39
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.6.5 Pengujian Hipotesis	41
3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	41
3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	42
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1. Sejarah Singkat PT. J&T Express Tebing Tinggi..	44
4.1.2. Visi, Misi dan Nilai PT. J&T Express Tebing Tinggi	45
4.1.3.1. Visi PT. J&T Express Tebing Tinggi.....	45
4.1.3.1. Misi PT. J&T Express Tebing Tinggi.....	45
4.1.3.1. Nilai PT. J&T Express Tebing Tinggi	45
4.1.3. Karakteristik Responden.....	45
4.1.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....	46
4.1.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
4.1.4.1. Uji Validitas	47
4.1.4.2. Uji Reliabilitas	50

4.1.5. Uji Asumsi Klasik	52
4.1.5.1. Uji Normalitas.....	52
4.1.5.2. Uji Multikolinearitas	55
4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.1.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.1.7. Pengujian Hipotesis	59
4.1.7.1. Uji t (Uji Secara Parsial)	59
4.1.7.2. Uji F (Uji Secara Simultan)	61
4.1.8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.2. Pembahasan.....	64
4.2.1. Pengaruh Sistem Pembayaran Terhadap Jasa Pengiriman Barang.....	64
4.2.2. Pengaruh <i>Marketplace</i> Terhadap Jasa Pengiriman Barang	64
4.2.3. Pengaruh Sistem Pembayaran dan <i>Marketplace</i> Terhadap Jasa Pengiriman Barang	65
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Implikasi Manajerial	67
5.3 Saran Akademis	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Jasa Pengiriman dan Layanan Jasa	2
Tabel 1.2	Data Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT J&T Express Tebing Tinggi Periode 2017 s/d 2021	3
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	46
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....	46
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Sistem Pembayaran (X_1)	47
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel <i>Marketplace</i> (X_2)	48
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)	49
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel Sistem Pembayaran (X_1)	51
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel <i>Marketplace</i> (X_2).....	51
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)	51
Tabel 4.10	Uji <i>One Kolmogrov-Smirnov</i>	55
Tabel 4.11	Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.12	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.13	Uji t (Uji Secara Parsial)	60
Tabel 4.14	Uji F (Uji Secara Simultan).....	62
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1	Grafik Histogram	53
Gambar 4.2	Grafik <i>Normal P-Plot</i>.....	54
Gambar 4.3	Grafik <i>Scatterplot</i>.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Distribusi Responden Mengenai Jenis Kelamin, Usia, dan Intensitas Penggunaan**
- Lampiran 3 Jawaban Responden Atas Variabel Sistem Pembayaran (X_1)**
- Lampiran 4 Jawaban Responden Atas Variabel *Marketplace* (X_2)**
- Lampiran 5 Jawaban Responden Atas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)**
- Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Sistem Pembayaran (X_1)**
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Marketplace* (X_2)**
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)**
- Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia, terutama pada zaman yang sudah canggih ini. Dengan kemajuan teknologi di era globalisasi cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis. Terlebih dalam hal mengirimkan barang yang menyangkut keterjangkauan perbedaan lokasi atau wilayah. Jasa pengiriman akan menjadi salah satu solusi bagi setiap orang yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam mengirimkan barang atau jenis kebutuhan lainnya, selain itu jasa pengiriman juga dirasa sangat efektif dan efisien. Banyak masyarakat yang mengirim barang menjadikan jasa pengiriman barang ini sangat penting bagi masyarakat. Jarak antara pengirim dan penerima semakin tak terbatas dan jarak yang jauh dapat diatasi dengan jasa pengiriman.

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang dipercaya yaitu J&T, JNE, TIKI, POS INDONESIA, SICEPAT dan banyak lain lagi yang memiliki kualitas dengan berbagai bentuk layanan jasa pengiriman yang memudahkan pelanggan untuk memilih jasa pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan. Salah satu jasa pengiriman yang diminati adalah perusahaan J&T Express dan J&T Express juga memiliki beberapa jenis layanan produk pengiriman. Berikut jenis layanan produk dan jenis pengiriman yang bisa digunakan untuk saat melakukan pengiriman barang menggunakan jasa pengiriman J&T Express Tebing Tinggi.

Tabel 1.1
Jenis Jasa Pengiriman dan Layanan Jasa

Jenis Jasa Pengiriman	Konsumen
J&T Express	Regular
	J&T Eco
	J&T Super

Sumber : J&T Express (2021)

J&T Express merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kurir ekspres dan *logistic* yang berkantor pusat, di Jakarta Pusat. Nama resmi perusahaan tersebut adalah PT JETINDO NAGASAKTI yang lebih dikenal dikalangan masyarakat adalah (J&T Express). Sesuai dengan kenyataan yang kita hadapi dan alami, saat ini kebutuhan akan jasa.

Pengiriman barang sangat penting sehingga kantor J&T Express yang terletak di Jakarta tidak pernah berhenti untuk mengepakan sayapnya untuk memberanikan diri membuka cabang di berbagai daerah di seluruh pelosok Indonesia. Dan di Sumatra utara juga sudah memiliki cabang dari J&T Express terletak di Kota Medan dan juga Tebing tinggi pun tak tertinggal dan tak luput dari perhatian dari PT. J&T Express, terdapat beberapa kantor cabang J&T yang berlokasi di jalan Dr.Kumpulan Pane di depan Stadion No.97 Tebing tinggi dan ada beberapa cabang lagi di alamat yang berbeda di daerah seputan kota Tebing tinggi.

J&T Express Tebing tinggi sudah berjalan dan beroperasi selama 5 tahun dalam memberikan pelayanan jasa pengiriman kepada konsumen, dan demi kelancaran untuk melakukan pengiriman barang. J&T Express menerapkan sistem pembayaran Cash On Delevery (COD), dan selain Cash On Delevery (COD) ternyata J&T Express juga menerapkan sistem pembayaran DFOD yang dimana

sistem pembayaran DFOD ini konsumen cukup membayar ongkos kirim sesuai dengan jarak yang di tempuh. Dan yang paling tidak asing lagi sistem pembayaran yang paling sering digunakan yaitu secara Cash, karena sistem pembayaran Cash ini sangat terbilang mudah untuk dilakukan dan tidak memiliki resiko apapun baik untuk konsumen ataupun penjual jasa pengiriman sendiri. Dengan diterapkannya sistem pembayaran yang beragam dapat membantu para konsumen agar semua orang bisa menerima barang-barang pesanan dengan baik tanpa masalah apapun khususnya masalah pembayaran. Dan untuk melakukan pengiriman barang, setiap pelanggan dapat membayar secara tunai di *Outlet* J&T Express dan menyelesaikan transaksi pengiriman yang telah ditentukan oleh pihak J&T Express dan disepkati oleh konsumen.

PT. J&T Express adalah perusahaan swasta yang bergerak dibidang jasa yaitu pengiriman dan penerimaan barang, luar dan dalam kota. J&T Express ini melayani pengiriman barang yang mulai berat 1kg sampai 500kg yang dimana jika berat mulai 100 – 500 gram itu kan diberinama *CARGO* Express yang dibedakan dengan warna spanduk atau pamflet berwarna hijau. Sedangkan 100gram kebawah akan diberi dengan tanda spanduk berwarna merah. Kepuasan pengguna jasa pengiriman barang terhadap perusahaan ini mengalami kenaikan tiap tahunnya. Berikut ini ada jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Perusahaan J&T Express dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT J&T Express Tebing Tinggi
Periode 2017 s/d 2021

Tahun	Jumlah Konsumen
2017	435
2018	460

Tahun	Jumlah Konsumen
2019	473
2020	459
2021	550

Sumber: Observasi Lapangan, 2021

Berdasarkan pada tabel yang tertera diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan tiap tahunnya mengalami kenaikan terhadap jumlah pelanggan, mulai dari tahun 2017. Pelanggan yang dimiliki perusahaan hanya berjumlah sebanyak 435 orang pelanggan saja yang menggunakan jasa pengiriman barang tersebut. Dan terlihat jelas peningkatan terhadap tahun berikutnya yang dimana ditahun 2018 menjadi 460 orang pelanggan dan terlihat jelas juga bahwa ditahun 2019. Mengalami peningkatan yang tinggi, tetapi tidak selamanya mengalami kenaikan terlihat pula pada tahun 2020 yang dimana disini perusahaan mengalami penurunan menjadi 459 pengguna jasa J&T Express yang dimana penyebab terjadinya penurunan di akibatkan banyaknya penumpukan barang yang bersifat COD dan terjadi kerusakan di proses pemindahan barang yang tidak diterima atau tidak di ambil di karenakan mungkin saat barang datang si pembeli tidak memiliki uang atau keadaan barang tidak sesuai keinginan dan si pembeli lebih memilih untuk dikembalikan ke sipenjual atau sering dikatakan retur barang, tapi tidak sampai di situ aja. Perusahaan kembali menciptakan strategi untuk menaikkan jumlah pelanggan mereka ditahun 2021 dan mereka mendapatkan kenaikan pelanggan sebanyak 550 orang.

Faktor awal yang diduga dengan baik bahwa sistem pembayaran yang ditetapkan oleh J&T Express dengan sistem *Cash On Delivery* (COD) adalah salah satu faktor meningkatnya jumlah pelanggan. Selain sistem pembayaran yang

mudah. J&T Express juga menetapkan harga yang cukup baik untuk dijangkau dan pengiriman yang cepat dan tepat waktu dan yang paling penting adalah yang membuat pelanggan yang tidak memiliki kesempatan waktu untuk datang ke kantor atau Outlet untuk melakukan transaksi atau menggunakan jasa pengiriman untuk mengirim barang, pelanggan dapat melakukan pengiriman dari rumah yang dimana nanti para kurir yang telah ditugaskan akan menjemput barang ke rumah pelanggan tanpa dikenakan biaya tambahan, para pelanggan cukup membayar sesuai tarif yang telah ditentukan dengan kesesuaian berat barang yang dikirim. Selain dari harga yang cukup baik.

Ternyata J&T Express juga membuat kesepakatan dari beberapa pedagang yang berjualan menggunakan *marketplace* sebagai tempat yang digunakan untuk berjualan secara Online dengan adanya berbelanja secara online maka jasa pengiriman J&T Express dapat dijadikan sebagai alat untuk transportasi agar kelancaran dalam berbisnis berjalan dengan baik, karena J&T Express sendiri juga sudah menerapkan sistem pembayaran Cash On Delivery (COD) yang dimana para pelanggan akan mudah untuk menyelesaikan transaksi dengan baik, cepat dan tepat. Ternyata *marketplace* adalah salah satu tempat belanja online yang paling dan sering dijangkau oleh banyak orang *marketplace* juga adalah salah satu yang memiliki peran pembantu untuk memenuhi kebutuhan keseharian seseorang. Dan tanpa disadari ternyata dengan adanya wabah covid 19 membuat niat dan keinginan seseorang untuk menikmati setiap sandang dan pangan yang praktis semakin besar terutama terhadap belanja online dengan dibarengi dengan adanya wabah covid 19 dan di saat marak maraknya masyarakat melakukan

pembelian secara online dengan menggunakan semua *marketplace* yang ada. Covid 19 memiliki dampak positif kepada perusahaan jasa terutama kepada PT. J&T Express yang dimana mengalami kenaikan di saat masa pandemi covid 19 berlangsung. Dan J&T Express juga melayani selama 24 jam, operasional 24 jam 365 hari tanpa ada libur, harga reguler premium dan menjangkau seluruh wilayah indonesia tanpa pihak ke 3.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DAN MARKETPLACE TERHADAP JASA PENGIRIMAN BARANG PADA PT J&T EXPRESS TEBING TINGGI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Keputusan Pembelian mengalami penurunan disebabkan oleh:

1. Sistem pembayaran yang telah diterapkan oleh PT. J&T Express yang membuat pelanggan J&T Express mudah melakukan pembayaran.
2. Semakin maraknya konsumen yang berbelanja di marketplace membuat jasa pengiriman barang PT. J&T Express semakin laris.
3. Semakin banyak yang berbelanja di marketplace maka semakin dibutuhkan jasa pengiriman barang yang cepat dan express dan PT. J&T Express menyediakan jasa pengiriman yang cepat dan tepat.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalahnya hanya dengan ruang lingkup antara variabel sistem Pembayaran (X1) dan *Marketplace* (X2), serta variabel terkait yaitu Jasa Pengiriman Barang (Y), Objek penelitian adalah pelanggan J&T Express.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah adanya Pengaruh Sistem Pembayaran terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT J&T Express?
2. Apakah adanya pengaruh *Marketplace* terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT J&T Express?
3. Apakah adanya Pengaruh Sistem Pembayaran dan *Marketplace* terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT J&T Express?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh Sistem Pembayaran terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT J&T Express.
2. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh *Marketplace* terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT J&T Express.

3. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Sistem Pembayaran dan *Marketplace* terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT J&T Express.

1.6 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut :

1. Bagi PT J&T Express

Sebagai dasar untuk meningkatkan keberhasilan dalam dunia bisnis dengan melakukan persaingan yang sehat dengan bidang yang sejenis atau sama dengan pengiriman atau ekspedisi agar tetap memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya jurusan Manajemen mengenai variabel pemasaran dan E-commerce terhadap Jasa Pengiriman Barang.

3. Bagi pembaca

Sebagai dasar masukan dan acuan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang sejenis dalam mengetahui bagaimana pengaruh sistem pembayaran dan *marketplace* yang diterapkan kepada para pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Jasa Pengiriman (Ekspedisi)

2.1.1.1 Pengertian Jasa Pengiriman (Ekspedisi)

Menurut Suyono (2003:155) Pengertian jasa pengiriman adalah badan usaha yang bertujuan memberikan jasa pelayanan/ pengurusan atau seluruh kegiatan diperlukan bagi terlaksananya pengiriman, pengangkutan dan penerimaan barang dengan menggunakan multimodal transprot baik darat, laut dan udara.

Menurut Mulyadi (2013: 201) memberikan pendapat bahwa jasa pengiriman (ekspedisi) merupakan suatu kegiatan mengirim barang dikarenakan adanya penjualan barang dagang.

Menurut Donald Walters (2003:3-4) mengungkapkan bahwa ekspedisi (jasa pengiriman barang) merupakan fungsi yang melibatkan perpindahan dan penyimpanan material dalam perjalanan dari pengirim awal, melalui rantai pasok sampai ke pelanggan akhir.

Menurut H.A.S Moenir (2006:2) jasa pengiriman barang adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara sendiri atau bersama –sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien.

Menurut Sondang P Siagian (2003: 58) jasa pengiriman barang (ekspedisi) adalah keseluruhan bahan, barang, alat dan sarana yang diperlukan dan dipergunakan oleh seseorang.

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting pengiriman barang adalah kegiatan jasa yang digunakan oleh seseorang untuk membantu kelancaran dari sebuah usaha yang dimiliki, karena jasa pengiriman suatu alat bantu bagi para pembisnis *online* maupun *offline*.

2.1.1.2 Indikator Jasa Pengiriman Barang

Menurut Dimensi Logistik “ pentingnya pengiriman di era perdagangan online” alasan yang pertama tentu karena sudah berkembangnya infrastruktur yang mendukung jaringan bisnis tersebut. Selain itu adanya banyak perusahaan jasa pengiriman barang atau pun ekspedisi menjadi salah satu barometer pengukur sekaligus pendukung makin mudahnya menjalin transaksi bisnis antar wilayah. Berbicara tentang bisnis pengiriman barang atau jasa ekspedisi, tentu banyak yang bertanya apa sih kriteria layanan yang baik dan lebih mendukung usaha yang kita jalankan. Nah secara umum ada beberapa indikator yang bisa dijadikan pedoman sebelum kita menentukan penyedia jasa pengiriman barang terbaik untuk bisnis kita. Berikut beberapa indikator tersebut:

1. Pengiriman tepat waktu

Yang harus kita cermati yakni masalah ketepatan waktu pengiriman. Alasan mengapa indikator ini sangat penting adalah yang pertama karena dalam berbisnis, ketepatan waktu menjadi pertimbangan bagi mitra bisnis kita apakah dinilai bisa dinilai sebagai rekan bisnis yang baik. Oleh karena itu kita harus memastikan perusahaan jasa pengiriman tersebut telah mempunyai pengalaman yang baik dalam hal ketepatan waktu pengiriman.

2. Biaya terjangkau dan kompetitif

Indikator yang kedua yaitu masalah biaya pengiriman. Sebagai seorang pembisnis sudah pasti kita mempunyai pedoman untuk mengeluarkan biaya seminimal mungkin untuk mendapatkan pendapatan semaksimal mungkin. Oleh karena itu kita harus mencari jasa pengiriman barang yang menawarkan biaya terbaik.

3. Jenis layanan variatif

Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis, kita harus cermat untuk memilih moda pengiriman barang yang tepat dan sesuai dengan bisnis kita. Oleh karena itu jenis layanan yang ditawarkan perusahaan jasa pengiriman juga bisa menjadi tolak ukur apakah perusahaan tersebut layak untuk kita dipercaya. Akan lebih baik kita memilih perusahaan yang menawarkan beragam moda transportasi pengiriman mulai dari darat, laut dan udara.

4. Menawarkan proteksi

Dan sebagai bahan pertimbangan kita memilih perusahaan jasa pengiriman barang yakni apakah perusahaan tersebut menawarkan garansi untuk menawarkan garansi untuk barang yang dikirimkan. Saat ini banyak sekali faktor yang mempengaruhi lancarnya pengiriman sebuah barang, utamanya untuk jarak jauh. Oleh karena itu adanya garansi, setidaknya kita bisa meminimalisir kerugian bisnis yang mungkin timbul nantinya.

5. Area layanan

Area layanan merupakan salah satu alasan paling penting dalam memilih perusahaan jasa. Dan sudah berpengalaman dalam melayani pengiriman barang keseluruh indonesia.

6. Armada pengangkutan

Armada pengangkutan darat yang baik dengan berbagi jenis dan ukuran yang lengkap menjadi prioritas kami didalam memberi layanan cargo dan express.

7. *Tracking* pengiriman

Kami menyediakan pengiriman paket melalui jalur darat dengan harga yang kompetitif dan lead time yang sesuai jadwal.

8. Kelengkapan data perusahaan

Profile sebuah layanan di tentukan oleh perusahaan resmi perusahaan tersebut beroperasi, dimana kantornya, beberapa cabangnya adalah hal penting yang menjadi faktor penentu sebuah layanan transportasi *cargo* dan *express*.

2.1.1.3 Jenis Jasa Pengiriman Barang

Sebuah perusahaan atau layanan jasa yang bergerak di bidang pemberian layanan untuk mengirimkan barang, dari satu tempat ke tempat yang lainnya, secara aman dan nyaman. Dan perusahaan jasa juga memberikan beberapa macam jenis pengiriman yang bisa digunakan untuk pengiriman sesuai dengan keinginan, Semakin pesatnya perkembangan teknologi kemudian juga dibarengi dengan

keadaan pasca pandemi corona , membuat orang orang menjadi malas keluar untuk berbelanja dengan begitu ,*ecommerce dan marketplace* menjadi sangat ramai, karena selain mudah diakses melalui handphone atau laptop, dan barang yang dipasarkan juga sangat terjangkau dan sesuai dengan harga pasaran, dan untuk melanjutkan dari para pembisnis maka di perlukan yang namanya jasa pengiriman barang untuk membantu proses dari kelancaran pengiriman barang hingga sampai ke konsumen.

2.1.1.4 Teknik Jasa Pengiriman Barang

Biasanya pihak peyedia jasa akan membagi teknik atau jasa pengiriman barang yang akan dilakukan menjadi beberapa. Metode pengiriman barang yang dilakukan adalah menggunakan jalur darat, jalur ini biasanya dipilih, lantaran jarak pengiriman barang yang dilakukan masih dalam 1daerah atau dalam 1 pulau yang dapat di tempuh dengan menggunakan jalur darat. Untuk jalur darat ada 2 jeis layanan ditawarkan yaitu:

1. Pengiriman barang via darat
 - a. *Full Track Land* (FTL)
 - b. Layanan ini biasanya diberikan untuk jasa pengiriman barang berat atau volume barang yang cukup banyak atau dapat memenuhi isi truk.
 - c. *Less That Load* (LTL)
 - d. Jika barang yang dikirim tidak terlalu banyak, dan tidak terlalu berat, sebaiknya gunakan layanan LTL. Salah satu kelebihan dari layanan ini adalah harganya cenderung lebih murah atau salah satu layanan jasa

pengiriman barang termurah, lantaran biaya pengiriman barang akan dibagi dengan pengguna lain.

2. Pengiriman Via Laut

Layanan yang umumnya disediakan. Layanan ini disediakan untuk yang mengirimkan barang dalam jumlah banyak atau besar atau jasa pengiriman barang besar. Dimana barang akan dimasukkan ke dalam kontainer, dengan ukuran dan jenis kontainer yang sesuai dengan kebutuhan.

3. Pengiriman Via Udara

Layanan ini banyak digunakan, lantaran proses pengiriman terbilang cepat dan praktis harga yang ditawarkan juga sebanding dengan fasilitas dan layanan yang diberikan.

4. Pengiriman Via Kurir

Layanan yang paling sering digunakan, karena biasanya barang yang digunakan cenderung lebih ringan, seperti dokumen atau yang lainnya yang harus dikirim dalam waktu cepat.

2.1.1.5 Layanan Jasa Pengiriman Barang

Dalam pelayanan, biasanya pihak perusahaan jasa pengiriman barang akan memberikan beberapa pilihan layanan, seperti :

1. *Port – port*

pengiriman barang dari terminal keterminal, mulai dari labuhan, bandar udara dan juga stasiun. Jika mencari jasa pengiriman barang luar negeri murah maka layanan yang satu ini dapat dipilih.

2. *Port – door*

Pengiriman barang dari terminal kelokasi / alamat yang dituju.

3. *Door –door*

Pengiriman barang dari alamat sipengirim ke lokasi tujuan.

4. *Door – port*

Pengiriman barang dari alamat sipengirim ke stasiun yang dituju. Layanan ini berlaku untuk pengiriman barang antar daerah atau pengiriman barang ke manca negara.

2.1.1.6 Memilih Jasa Pengiriman Barang Secara Tepat

Dalam mencari layanan jasa pengiriman barang terbaik, atau bahkan jasa pengiriman barang murah, ini yang harus diperhatikan dengan baik :

1. Legalitas perusahaan, pastikan perusahaan tersebut mempunyai kreabilitas yang baik, dengan alamat yang jelas, dan memiliki legalitas hukum.
2. Cek juga jangkauan pengirimannya. Kalau ingin mengirimkan barang ke luar negri misalnya, pastikan pilhan jas pengiriman barang luar negri, bukan hanya yang bisa mengirimkan barang antara daerah saja.
3. Cek juga beberapa tafir yang diberikan, sebaiknya carai yang kompetitif.
4. Cek juga pelayanannya, dan mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.
5. Dapat mengirim barang secara tepat waktu.
6. Mudah melacak barang dan status barang yang sedang dikirim.

2.1.2 Teori Tentang Sistem Pembayaran

2.1.2.1 Pengertian Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme, yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Menurut Untoro 2014 : 9-10 Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup pengaturan, kontrak, fasilitas operasional dan mekanisme teknik yang digunakan untuk menyiapkan pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran. Secara garis besar, sistem pembayaran dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu sistem pembayaran bernilai besar (large value Payment System) dan sistem pembayaran retail (Retail Payment System).

Menurut Pohan (2011 : 70) Sistem pembayaran adalah “ suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoperasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran “nilai” antar perorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antar negara (cross border) ”.

Menurut CPSS Glossary (2003:210) Sistem pembayaran adalah interaksi antar entitas yang terdiri dari instrument, prosedur, sistem interbank funds transfer untuk melancarkan perputaran uang.

Menurut Guitan (1998) Sistem pembayaran ialah suatu alat dan sarana yang diterima dalam setiap melakukan pembayaran secara umum lembaga dan

organisasi yang mengatur pembayaran tersebut (termasuk Prudential Regulation), prosedur operasi pada jaringan komunikasi yang digunakan untuk memulai dan mengirim informasi pembayaran dan pembayar ke penerima pembayaran dan menyelesaikan pembayaran.

Menurut Hasibuan (2010:117), pembayaran adalah berpindahnya hak pemilik atas sejumlah uang atau dari pembayar kepada penerimanya, baik langsung maupun melalui media jasa perbankan.

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting sistem pembayaran adalah suatu alat, sarana, dan sistem yang digunakan untuk melancarkan setiap kelangsungan saat melakukan transaksi untuk melengkapi pembayaran yang akan dilakukan

2.1.2.2 Alat dan Sistem Pembayaran

Dengan berjalannya waktu, sistem pembayaran berlanjut dengan menggunakan cek. Yang dinamakan cek juga sama halnya seperti alat pembayaran menggunakan cek juga membutuhkan biaya dan hanya dapat dicairkan dalam waktu tertentu. Dalam sistem pembayaran non tunai dengan menggunakan cek, jumlah dana yang ditransaksikan, nama pihak pembayar dan penerima harus ditulis secara langsung.

Dalam Undang – Undang Bank Indonesia komponen–komponen yang membentuk terciptanya sistem pembayaran di masyarakat.

1. Alat pembayaran – contoh alat pembayaran adalah uang dan alat pembayaran Non tunai adalah kartu kredit .

2. Sistem transfer Dana Antar Bank- sistem ini memungkinkan terjadinya pemindahan dana dari bank satu ke bank lain.
3. Selanjutnya yang terdapat dalam komponen sistem pembayaran adalah berupa penyelenggara, komponen ini merupakan lembaga yang dapat memastikan penyelesaian akhir dari seluruh transaksi yang terjadi di dalam penggunaannya lembaga memproses sistem pembayaran-Lembaga yang menjadi operator teknis dalam sistem pembayaran di Indonesia adalah Bank Indonesia.
4. Saluran pembayaran – Beberapa saluran pembayaran yang ada di Indonesia adalah kartu debit, kartu kredit input, mesin ATM, mobile banking, internet banking, phone banking, dan electronic data capturing,(EDC).

2.1.2.3 Macam-Macam Sistem Pembayaran

Untuk mempermudah dan kelancaran dari pembelanja online ada beberapa macam sistem pembayaran yang telah ditetapkan dan dibantu oleh tenaga jasa ekspedisi pengiriman paket agar belanja online bisa berjalan dengan lancar tanpa ada gangguan atau hambatan dari segi apapun baik dalam pembayaran maupun dari segi pengiriman. Jadi disini akan dijelaskan beberapa alat transaksi yang sering digunakan oleh umum yaitu :

1. Pembayaran kartu kredit /visa.

Ini adalah jenis yang paling umum dilakukan transaksi online. penggunaan kartu kredit pembayaran yang merupakan salah satu yang paling populer

dilakukan, karena kemudahan yang ditawarkan pemegang kartu hanya memasukan data kartu kredit maka proses pembayaran akan dilakukan secara otomatis.

2. Transfer Bank.

Selain menggunakan kartu kredit hal ini juga sering dilakukan yaitu transfer

dapat digunakan mesin ATM, internet banking, maupun mobile banking walau memerlukan proses yang lebih panjang karena harus dilakukan secara manual, namun masih populer digunakan karena terhitung aman.

3. Debit Visa.

Cara penggunaanya sama seperti pengguna kartu kredit, dengan memasukan data yang tertera pada kartu, lalu pembayaran akan diproses secara otomatis.

4. Rekening Bersama.

Jenis pembayaran yang kian berkembang ini memiliki tujuan untuk sama melindungi penjual dan pembeli. Metode ini berkembang seiring dengan munculnya transaksi jual beli di marketplace online.

5. Cash On Delivery (COD).

Transaksi pembelian dilakukan secara online , namun pembayaran pada sistem COD dilakukan secara langsung dengan offline antara si penjual dan si pembeli

6. E-Wallet.

Ada beberapa E-Wallet yang dikenal seperti Gopay dari Gojek, T-Cash dari Telkomsel, dan OVO bisa digunakan menyimpan uang dalam bentuk digital, siap digunakan untuk bertransaksi secara online. Beberapa *Marketplace* sudah bekerja sama dengan e-wallet.

7. Tunai di Gerai Retail.

Biasanya menggunakan gerai retail ini adalah kalangan masyarakat yang sulit mengakses ATM atau tidak paham untuk melakukan pembayaran secara online maka lebih banyak akan mendatangi gerai retail seperti *Alfamart, Indomaret*, kantor pos indonesia sehingga J&T juga bisa dilakukan, hal ini dilkaukan karena tidak semua tempat dapat untuk mendapatkan gerai retail dengan jarak yang cukup terjangkau dengan tempat tinggal

2.1.2.4 Sistem Pembayaran Jasa Pengiriman J&T Express

Sitem pembayaran yang diterap kan oleh PT.J&T Express ada dua yaitu :

1. *Cash / Tunai*

Pembayaran secara *Cash* atau tunai ini dilakukan saat para pelanggan melakukan pengiriman barang ketempat tujuan yang telah ditentukan oleh si pengirim. Pelanggan yang melakukan pengiriman barngr ke *Droppoint* atau ke kantor J&T Express secara langsung maka sistem pembayaran yang di lakuka secara *Cash / Tunai*.

2. *Cash On Delivery (COD)*

Pembayaran secara COD dilakukan saat pelanggan menerima barang yang diantar langsung ke rumah pelanggan yang sudah melakukan pembelian secara online dan memilih J&T Express sebagai jasa pengiriman.

3. *Delivery Fee On Delivery (Dfod)*

Sistem Dfod ini adalah sistem pembayaran yang langsung ditagihkan ke penerima.

2.1.2.5 Sistem Pembayaran Jasa Pengiriman

Sistem pembayaran yang digunakan hampir keseluruhan jasa pengiriman, menggunakan sistem bayar di tempat atau yang sering di sebut *Cash On Delivery (COD)*, dengan adanya penerepan sistem pembayaran COD maka para pelanggan yang sering melakukan pembelian secara online dan pembisnis yang memerlukan nya jasa pengiriman untuk membantu kelancaran dari bisnis yang dijalankan maka pembisnis online membuat kesepakatan atau hubungan dengan jasa pengiriman yang memiliki sistem pembayaran COD. Dan selain sistem COD jasa pengiriman juga menggunakan sistem pembayaran Cash yang dimana melakukan pembayaran Cash saat melakukan pengiriman barang secara langsung ke kantor J&T Express.

2.1.2.6 Indikator Sistem Pembayaran

Menurut Buku “ kebijakan sistem pembayaran di indonesia” transaksi pembayaran dilakukan dengan instrumenn tunai dan non tunai. Dengan demikian dapat di simpulkan indikator sistem pembayaran adalah :

1. Tunai Pembayaran tunai adalah pembayaran menggunakan mata uang negara dalam bentuk uang kertas atau uang logam koin yang dibayarkan oleh penerima barang atau jasa kepada penjual. Pembayaran tunai masih lebih banyak menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam).
2. Non Tunai Nontunai adalah sistem pembayaran digital tanpa menggunakan uang fisik (kertas maupun logam), yang diperkenalkan ke publik mulai tahun 1990an.

2.1.3 Teori Tentang *Marketplace*

2.1.3.1 Pengertian *Marketplace*

Menurut Staurus (2021: 3) *Marketplace* adalah pemakaian data elektronik serta aplikasi perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga sebuah ide, distribusi barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang sesuai dengan tujuan.

Menurut Smith dkk (2021:3) *Marketplace* adalah penerapan teknologi digital sebagai sarana untuk mencapai tujuan pemasaran.

Menurut Brunn (2002 :158) *Marketplace* adalah bahwa marketplacei itu dapat dibagi menjadi 2 bagian yaitu *marketplace* horizontal dan *marketplace* vertical.

Menurut Opiida (2014 : 722) *Marketplace* adalah media online berbasis internet yang digunakan sebagai tempat bisnis, dimana pembeli bisa mencari penjual sebanyak mungkin sesuai kriteria dengan harga pasar.

Menurut Brunn (2002) *Marketplace* adalah platform komunitas bisnis elektronik yang menyediakan pasar dimana perusahaan dapat berpartisipasi dalam e-commerce B2B atau kegiatan e-bisnis lainnya.

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting *Marketplace* yaitu tempat terjadinya hubungan antara si penjual dan pembeli dengan menggunakan aplikasi yang sudah dipilih sendiri untuk menyelesaikan atau melakukan transaksi secara online dan tidak terbatas oleh jarak ataupun lokasi.

2.1.3.2 Indikator *Marketplace*

Menurut Buku “Perdagangan Internasional” *marketplace* adalah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Indikator utama bagi sebuah website *marketplace* :

1. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan
2. Bisa digunakan oleh penjual individual

Kegiatan jual beli di *website marketplace* harus menggunakan fasilitas transaksi online seperti layanan *escrow* atau rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli. Selama barang belum sampai, uang akan disimpan di rekening pihak ketiga. Apabila transaksi gagal, maka uang akan dikembalikan ketangan pembeli.

2.1.3.3 Perkembangan Dunia Digital *Marketplace*

Pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan telepon merupakan potensi bagi ekonomi digital nasional. Alhasil muncul inovasi seperti transportasi *online* serta transaksi jual beli secara *online* yang menjadi salah satu peluang dalam pemanfaatan perkembangan dunia digital serta menciptakan peluang usaha, lapangan pekerjaan serta penyerapan tenaga kerja baru. Salah satu peluang baru dalam pemanfaatan perkembangan dunia digital adalah munculnya *marketplace*. *Marketplace* sendiri merupakan media *online* berbasis internet sebagai tempat melakukan kegiatan bisnis transaksi yang terjadi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh barang sesuai dengan harga pasar.

Marketplace dirancang untuk meminimalisir proses bisnis yang kompleks sehingga lebih efisien dan efektif. Kehadiran *marketplace* memberi dampak sehingga semua orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak, dan waktu. Jika pasar konvensional memerlukan pasar fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, maka *marketplace* memerlukan secara virtual sebagai tempat untuk bertransaksi antara penjual dan pembeli. *Marketplace* merupakan tempat transaksi bisnis *online* yang menyediakan metode elektronik untuk memfasilitasi transaksi komersil seperti menjual barang, jasa ataupun informasi secara online (L., Alrubaie, 2012).



Gambar 2.1 Aplikasi *Marketplace*
(Sumber foto : google .com)

Dengan perkembangan dunia digital yang semakin pesat dan membuat semua serba *online*. dengan adanya fitur *Geolocation* ini membuat anda bisa melacak pelanggan anda berdasarkan lokasi geografis dari negara, kota, provinsi dan zona waktu untuk meningkatkan penjualan dengan target pembeli yang lebih spesifik.

Karena adanya fitur *geolocation*, maka ada beberapa *marketplace* yang menjadi faktor pendukung untuk meningkatnya penjualan jasa pengiriman barang. Beberapa aplikasi media sosial yang saya pilih sebagai pengguna terbanyak dan memilih PT.J&T Express sebagai jasa pengiriman untuk berbelanja *online*, beberapa aplikasi sebagai berikut:

1. Instagram

Instagram telah menjadi platform media sosial yang mampu menjembatani hubungan antara pedagang dan penjual. Sebab, bagi daerah yang tidak memiliki pusat perbelanjaan yang lengkap misalnya, hanya media sosial yang mampu menjadi sarana pertemuan penjual dan pembeli. Dengan dukungan *buzzer* menjadi salah satu faktor peningkatan penjualan di Instagram. Akun yang memiliki banyak *follower* nya dapat menjadi media

promosi yang efektif. Dan ternyata instagram memiliki jumlah pemakaian yang cukup tinggi hingga juli 2021 sebanyak : 91,77 juta pengguna. Yang dimana pengguna terbesar terdapat dari kelompok Usia 18-24 tahun yaitu 36,4% sedangkan untuk seluruh dunia kuartal I-2021, jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 juta penggunanya berusia 25 hingga 34 tahun.

2. Tik Tok

Pedagang dapat mengelola toko digital agar bisa berjualan di platform video pendek tik tok melalui aplikasi tersebut ada beberapa fitur yang tersedia, seperti pendaftaran penjualan, manajemen produk, manajemen pesanan, pengambilan dana, manajemen promosi, layanan pelanggan, analisis data hingga edukasi penjualan. Ternyata pengguna aktif Tik Tok di Indonesia sebanyak 10 juta dan 732 juta pengguna aktif di seluruh dunia dan tentu tiktok dapat dijadikan pangsa pasar yang bagus untuk memasarkan produk UKM dan IKM. Dan pengguna tik tok rentang usia antara 18-24 tahun dan tik tok menjadi salah satu platform digital yang sedang tren di masyarakat Indonesia.

3. Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring. Sejak didirikan tahun 2009, tokopedia telah bertransformasi menjadi sebuah unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga Asia Tenggara. Hingga saat ini tokopedia termasuk marketplace yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia.

Untuk pengunjung perbulannya pada kuartal pertama 2021, Tokopedia saat ini menjadi *marketplace* nomer satu di indonesia yakni sebesar 135 juta.

4. Shopee

Shopee merupakan perusahaan e-commerce yang berada dibawah naungan Garena(berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis C2C mobile marketplace, shoppe resmi dikenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang di ikuti dengan negara Malaysia, Philipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Dan shopee menjadi *marketplace* yang kedua dengan pengunjung terbanyak yaitu sebanyak 127.

Dan untuk kelancaran bisnis yang dilakukan secara *online*, setiap yang menjadi bagian *marketplace* bekerjasama dengan mendapat dukungan dari beberapa Jasa pengiriman barang atau logistik seperti J&T Express, JNE, Pos Indonesia dan banyak lainnya, untuk membantu proses pengiriman barang.

2.1.3.4 Jenis-Jenis *Marketplace*

Marketplace sendiri terbagi dalam beberapa jenis baik berdasarkan tipe maupun kesepakatan kerjasama maupun jenis produk yang ditawarkan. Berikut penjelasan mengenai jenis *marketplace*.

1. Global *marketplace* adalah Shopee, Etsy,Amazon, dan eBay. *Marketplace* Murni

Marketplace murni adalah tempat atau sarana yang disediakan bagi penjual, untuk mengiklankan barangnya dengan menyediakan foto dan deskripsi secara mandiri. Jenis *marketplace* murni, Penjual dan pembeli dapat saling menerima penawaran harga. Sehingga saat melaukannya pembayaran ke rekening *online marketplace*, kedua belah pihak telah sepakat akan suatu harga yang sama.

2. Horizontal *Marketplace*

Marketplace Horizontal adalah website dan aplikasi yang menjual berbagai barang dan jasa dari beragam kategori. Biasanya, *marketplace* horizontal melabeli dirinya sebagai toko serba ada dengan mengandalkan kenyamanan sebagai nilai jual utamanya. Jenis *Marketplace* horizontal menyediakan beraneka macam barang, mulai dari kosmetik, pakaian, makanan, minuman, elektronik, dan buku hingga perabot kebutuhan rumah tangga. Contoh *marketplace* horizontal yang terkenal adalah tokopedia dan bukalapak.

3. *Marketplace* Vertikal

Vertikal berbeda dengan Horizontal yang menawarkan berbagai macam produk *Marketplace* Vertikal hanya akan memasarkan produk dari satu kategori saja melalui situs webnya. Salah satu contoh *Marketplace* vertikal adalah sociolla yang berfokus pada produk kosmetik atau perawatan tubuh.

4. Marketplace Global

Sesuai dengan namanya *Global Marketplace* adalah website yang dapat menjadi tempat transaksi jual beli beragam jenis produk. Dari banyaknya sumber diseluruh dunia.

2.2 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:

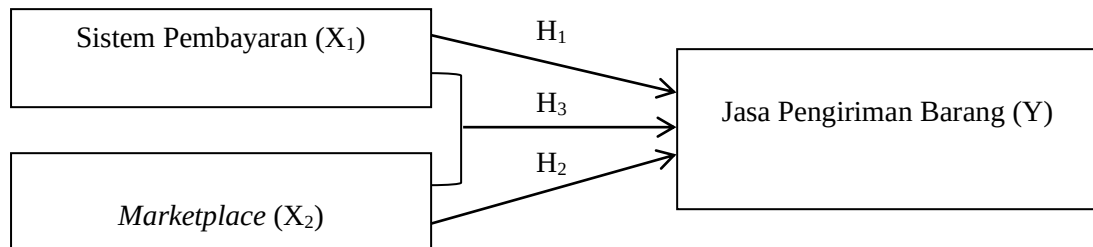
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Muhammad Ilham Sidqi, Muhammad Risky Darmawan.2018 Jurnal Integrasi sistem, Vol.7, No.2, 2018 ISSN:23376805 Dki Jakarta	Integrasi sistem pembayaran pada <i>marketplace</i> menggunakan XML Web service	Independen X_1 =Marketplace X_2 =XML Web service Dependen Y_1 =Kepuasan Pelanggan Y_2 =Kepercayaan	Hasil menunjukkan bahwa <i>marketplace</i> dan e-commerce dapat terhubung dengan web bankku agar dapat melakukan pembayaran online.
2	Merryana lestari, Hindriyanto Dwi Purnomo, Irvan Sembiring Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Vol. 8, No. 5, 2021 ISSN :2355-7699	Pengaruh <i>E-Payment Trust</i> terhadap minat transaksi <i>E-Marketplace</i> menggunakan <i>Framework Technology Acceptance Model</i>	Independen X_1 =e <i>Marketplace</i> X_2 = e- payment X_3 =kepercayaan pengguna, <i>Technology Acceptance Model</i> Dependen Y_1 =Kepuasan Pelanggan Y_2 =kepercayaan	Hasil menunjukkan bahwa setelah mengetahui variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pengguna pada saat bertransaksi memakai e-payment dalam e-marketplace

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3	Samsurujal Hasan (2020) Jurnal Ilmiah Vol.7, No.2, 2020. ISSN : 1829-9822	Pengaruh kualitas, harga, dan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian meubel sebagai produk tersier dalam upaya bersaing dengan <i>e-commerce</i> dan perubahan sosio-ekonomi global	Independen X_1 =kualitas produk X_2 = harga X_3 =sistem pembayaran Dependen Y =Kepuasan pembelian	Hasil menunjukkan desain produk dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Athellya Hasan, TS Reza (2021) Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.1, No.2, 2021. ISSN : 2775-2615 Jakarta	Analisis penerapan sistem pembayaran <i>cash on delivery</i> (COD) untuk meningkatkan penjualan bisnis online pada aplikasi marketplace toko <i>deals of the day</i>	Independen X_1 =Sistem pembayaran X_2 = Aplikasi marketplace X_3 =Kualitas Layanan Dependen Y =Kepuasan Pengguna	Hasil menunjukkan Secara parsial Maupun simultan kualitas sistem, Kualitas Informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna.
5	Raihan Prasetyo dan Rani Andriani Budi Kusumo (2016) Jurnal AGRICORE, Vol.1, No.2, 2016. ISSN : 2528-4576 Bandung	Pengaruh Dimensi Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Konsumen (Kasus diKedai Kopi Armor, Taman Hutan Raya Djuanda, Bandung)	Independen X =Komunikasi Interpersonal Dependen Y =Kepuasan Konsumen	Hasil menunjukkan baik secara parsial maupun simultan Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

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

- H₁: Terdapat Pengaruh Sistem Pembayaran terhadap Tingginya Pengiriman Barang di PT.J&T Express.
- H₂: Terdapat pengaruh *Marketplace* terhadap Tingginya Pengiriman Barang di PT. J&T Express.
- H₃: Terdapat Pengaruh Sistem Pembayaran dan *Marketplace* terhadap Tingginya Pengiriman Barang di PT. J&T Express.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah PT. J&T Express yang beralamat di Tebing Tinggi.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Maret sampai dengan Juni 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Wahyudi (2017:12), data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya.

3.2.2 Sumber Data

Data berdasarkan sumbernya yang Menurut Supriyono (2018:48), sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data penelitian terdiri atas sumber data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama dan sumber data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh

peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.

Menurut Wahyudi (2017:12) ada dua sumber umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan dari kegiatan survei lapangan dan dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, daftar pertanyaan dan lainnya

2. Data Sekunder

Merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan dengan tujuan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini seperti dokumentasi data penjualan dan jumlah pelanggan ataupun penggunaan buku dan jurnal.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Jaya (2019:10), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya sedangkan sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2021 sebanyak 550 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen selama periode 2021 sebanyak 550 pelanggan.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah konsumen selama periode 2021 sebanyak 550 pelanggan, dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n	=	Jumlah sampel
N	=	Jumlah populasi
e	=	Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 10%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{550}{1 + (550)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{550}{6,5}$$

$$n = 84,61$$

Sampel pada penelitian ini adalah 85 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah

teknik penentuan sampel yang terdiri dari sejumlah elemen yang dipilih secara acak, dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai 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
Sistem pembayaran (X ₁)	Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup pengaturan, kontrak, fasilitas operasional dan mekanisme teknik yang digunakan untuk menyiapkan pengesahan, dan penerimaan intruksi pembayar. Menjadi dua jenis yaitu sistem pembayaran bernilai besar. Untoro, (2014 : 9-10)	1. Tunai 2. Non Tunai Buku Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia	Skala <i>Likert</i>
Marketplace (X ₂)	Marketplace adalah media online berbasis internet yang digunakan sebagai tempat transaksi bisnis, dimana pembeli bisa mencari penjual sebanyak mungkin sesuai dengan kriteria dengan harga pasar. Opiida (2014:177)	1. Seluruh transaksi online 2. Bisa digunakan oleh penjual individual Buku Perdagangan Internasional	Skala <i>Likert</i>
Jasa pengiriman barang (Y)	Pengertian jasa pengiriman adalah badan usaha yang bertujuan memberikan jasa pelayanan/ pengurusan atau seluruh kegiatan diperlukan	1. Pengiriman tepat waktu 2. Biaya terjangkau dan kompetitif 3. Jenis layanan variatif	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
	bagi terlaksananya pengiriman, pengangkutan dan penerimaan barang dengan menggunakan multimodal transprot baik darat, laut dan udara. Suyono, (2003:155)	4. Menawarkan proteksi 5. Area layanan 6. Armada pengangkutan 7. Tracking pengiriman 8. Kelengkapan data perusahaan Dimensi Logistik	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert* dalam Herlina (2019:6) dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan berikut ini:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

No.	Pilihan	Skala Nilai
1.	Setuju Sekali	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-Ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Herlina, 2019

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Materi wawancara dan kuesioner meliputi

pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan keadaan perusahaan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

3.6 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 ketetapan dan kehandalan kuisiонер, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Secara umum, validitas dapat diartikan sebagai kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid tidak hanya mampu menghasilkan data yang tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Menurut Priyatno (2018:21), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur.

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

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

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (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.

3.6.3 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 serangkaian data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. 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 Priyatno (2018:130), 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.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2018:134), multikolinieritas 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. Menurut NPriyatno (2018:134), metode uji multikolinieritas 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.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), 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.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), 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 independen. 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:

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

Keterangan :

Y = Jasa Pengiriman Barang (*dependent variabel*)

X₁ = Sistem Pembayaran (*independent variabel*)

X₂ = *Marketplace* (*independent variabel*)

- a = konstanta
- b_1 = koefisien variabel Sistem Pembayaran
- b_2 = koefisien variabel *Marketplace*
- e = persentase kesalahan (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Priyatno (2018:121), uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. 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. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Pelayanan; Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Pelayanan; Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.

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.

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Priyatno (2018:119), 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. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. 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. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Pelayanan dan Lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Pelayanan dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Garuda Jaya.

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.

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), 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.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi

J&T Express Tebing Tinggi didirikan pada tanggal 16 April 2016 dibawah pimpinan Bapak Endrik Tan dan di Tahun 2022 dialihkan kepemimpinannya kepada Bapak Andy. J&T Express Tebing Tinggi memulai opsional usaha dengan tujuan utama untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan dan menunjang kebijaksanaan di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di industri pupuk. Sejarah panjang J&T Express Tebing Tinggi telah membuktikan kemampuan dan komitmen dalam melaksanakan tugas penting yang diberikan.

Identitas perusahaan atau jati diri perusahaan (*corporate identity*) adalah semua perwakilan atau perwujudan media visual dan fisik yang menampilkan suatu jati diri Perusahaan sehingga dapat membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya. Dalam bidang *public relations*, model dinamika tersebut menyebutkan bahwa identitas perusahaan memiliki relasi dengan budaya perusahaan (*corporate culture*) dan citra perusahaan (*corporate image*). Secara internal, identitas Perusahaan terkait dengan kultur / budaya yang dianut oleh Perusahaan. Namun, secara eksternal, identitas perusahaan memiliki keterkaitan dengan citra perusahaan. Saat ini, identitas perusahaan telah diakui sebagai sumber daya yang strategis dan sumber keunggulan yang kompetitif.

4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi

4.1.2.1 Visi PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi

Menjadi perusahaan yang sehat dan berkelanjutan.

4.1.2.2 Misi PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi

Fokus pada pelanggan dan efisiensi sebagai akar dari layanan

4.1.2.3 Tata Nilai PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi

Benfer, Berbagi, Layanan, Tanggung Jawab, Orientasi Hasil

4.1.3 Karakteristik Responden

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	24 orang	28,20%
2	Perempuan	61 orang	71,80%
Jumlah		85 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 24 orang (28,20%) sedangkan yang paling kecil yaitu berjenis kelamin perempuan sebanyak 61 orang (71,80%).

4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-26 tahun	30 orang	35,30%
2	27-36 tahun	18 orang	21,20%
3	37-46 tahun	23 orang	27,10%
4	> 46 tahun	14 orang	16,50%
Jumlah		85 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi memiliki usia 17-26 tahun yaitu 30 orang (35,30%) dan yang paling kecil memiliki usia lebih dari 46 tahun yaitu sebanyak 14 orang (16,50%).

4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan

Deskripsi responden berdasarkan intensitas penggunaan seperti pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan

No	Intensitas Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	2 Kali	11 orang	12,90%
2	3 Kali	21 orang	24,70%
3	> 3 Kali	53 orang	62,40%
Jumlah		85 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi menggunakan jasa perusahaan

lebih dari 3 kali yaitu 53 orang (62,40%) dan yang paling kecil menggunakan jasa perusahaan 2 kali yaitu sebanyak 11 orang (12,90%).

4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1 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 Sistem Pembayaran (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Sistem Pembayaran (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Menurut saya alat dan sistem pembayaran yang di tetapkan oleh J&T Express sangat bagus dan mempermudah pengguna layanan J&T Express	0,748	0,361	Valid
Menurut saya alat dan sistem pembayaran yang di gunakan J&T	0,796	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Express mudah untuk dijangkau			
Menurut saya dengan dibuatnya beragam sistem pembayaran oleh J&T Express, mempermudah pelanggan untuk melakukan pembayaran	0,502	0,361	Valid
Menurut saya karena beragamnya sistem pembayaran yang ditetapkan dapat membantu kelancaran dari pengiriman	0,839	0,361	Valid
Menurut saya sistem pembayaran yang ditetapkan J&T Express sangat membantu para pelanggan untuk tidak repot keluar rumah	0,717	0,361	Valid
Menurut saya dengan adanya ketentuan sistem pembayaran yang ditetapkan oleh J&T Express itu lebih memudahkan untuk menyelesaikan transaksi	0,682	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Sistem Pembayaran menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Sistem Pembayaran dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel *Marketplace* (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel *Marketplace* (X_2)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Menurut saya <i>marketplace</i> tempat yang sangat bagus untuk berjualan yang dimana <i>marketplace</i> untuk melengkapi dengan sistem pembayaran dan jasa pengiriman telah di sediakan	0,868	0,361	Valid
Menurut saya <i>marketplace</i> salah satu alat bantu untuk melakukan banyak penjualan dalam bentuk apapun	0,760	0,361	Valid
Menurut saya <i>marketplace</i> juga sangat membantu untuk melancarkan	0,363	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
perusahaan jasa pengiriman			
Menurut saya <i>marketplace</i> adalah alat penjualan yang sangat produktif dan laris	0,666	0,361	Valid
Dengan adanya <i>marketplace</i> yang menjadi tempat jualan dan memudahkan seseorang untuk berbisnis	0,750	0,361	Valid
Menurut saya <i>marketplace</i> adalah tempat yang tepat untuk melakukan bisnis bagi pembisnis yang tidak memiliki lokasi yang bagus	0,907	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

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

Hasil uji validitas untuk variabel Jasa Pengiriman Barang dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Produk yang dikirim J&T <i>Express</i> datang tepat waktu pada tempat tujuan	0,606	0,361	Valid
Waktu operasional J&T <i>Express</i> Tebing tinggi 365 hari kerja tanpa libur dapat memberikan pengiriman paket tepat waktu bahkan lebih cepat dari waktu yang telah di tentukan	0,805	0,361	Valid
Layanan yang diberikan J&T <i>Express</i> Tebing tinggi terkait pengiriman dan penjemputan dilakukan secara tepat waktu dan profesional sesuai dengan komitmen perusahaan	0,830	0,361	Valid
J&T <i>Express</i> Tebing tinggi dapat menjawab pertanyaan terkait keberadaan	0,808	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
paket melalui sistem pelacak dengan cepat dari situs web yang dimiliki J&T Express (www.jet.co.id)			
J&T Express adalah jasa pengiriman yang sangat cepat	0,473	0,361	Valid
J&T Express jasa pengiriman yang bertanggung dengan kondisi paket yang tidak rusak mereka antar dengan waktu yang cepat	0,815	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

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

4.1.4.2 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 Sistem Pembayaran dapat dilihat pada Tabel

4.7.

Tabel 4.7
Uji Realibilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Sistem Pembayaran	0,793	6	Reliabel
<i>Marketplace</i>	0,803	6	Reliabel
Jasa Pengiriman Barang	0,806	6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir *item* untuk variabel Sistem Pembayaran (X_1) tersebut berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima, keenam butir *item* untuk variabel *Marketplace* (X_2) dan keenam butir *item* untuk variabel Jasa Pengiriman (Y) tersebut berada diatas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 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. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

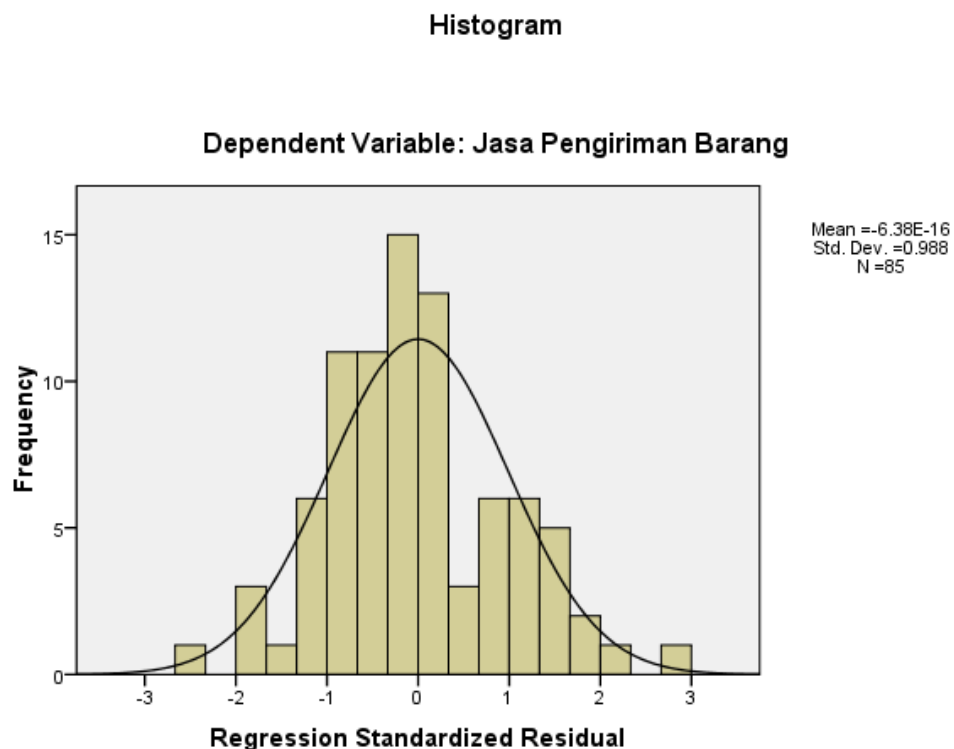
1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

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

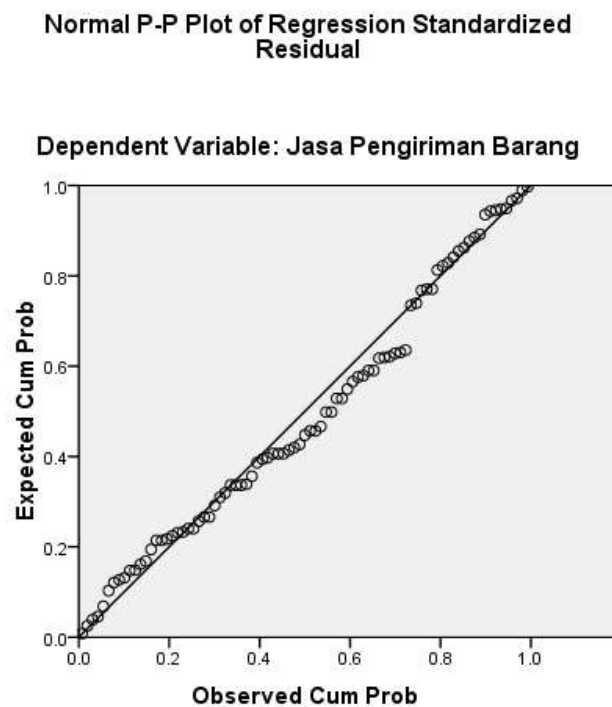
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3.



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 ini dapat dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.3 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 Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Uji One Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.93514357
Most Extreme Differences	Absolute		.093
	Positive		.093
	Negative		-.048
Kolmogorov-Smirnov Z			.853
Asymp. Sig. (2-tailed)			.461

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,461 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.5.2 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 4.9.

Tabel 4.9.
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Sistem Pembayaran	.742	1.347
Marketplace	.742	1.347

a. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

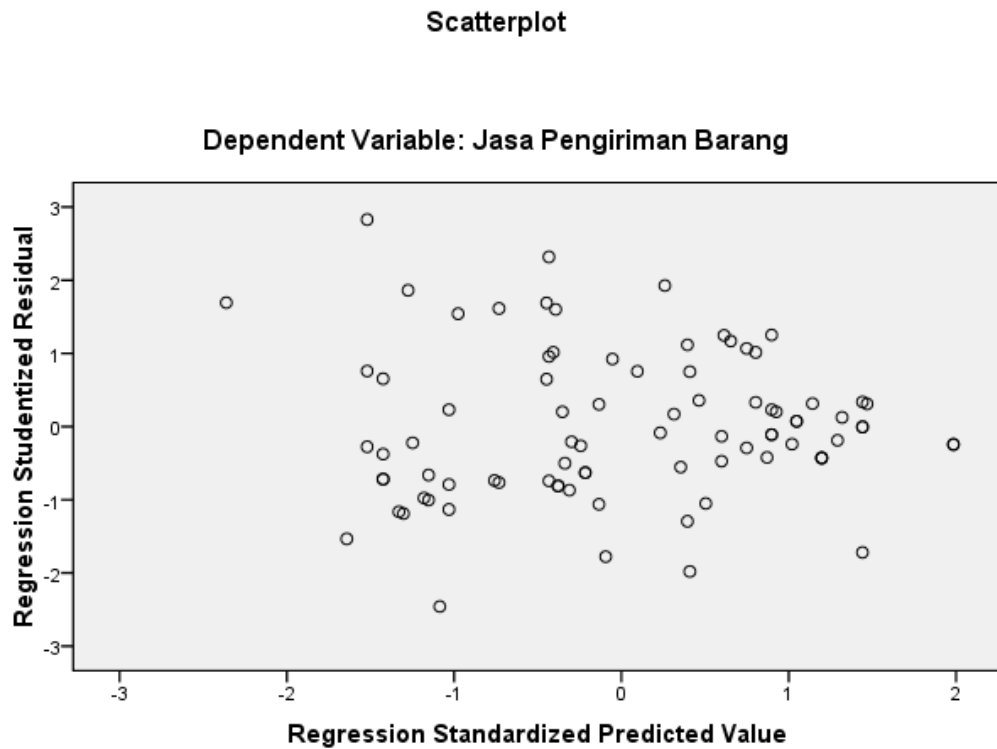
Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.9 diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh adalah 0,742 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,347 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

4.1.5.3 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.



Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.4 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 *Regeression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Jasa Pengiriman Barang berdasarkan Sistem Pembayaran dan *Marketplace*.

4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Sistem Pembayaran dan *Marketplace* terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi, dengan rumus:

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

Keterangan :

- Y = Jasa Pengiriman Barang (*dependent variable*)
 X₁ = Sistem Pembayaran (*independent variable*)
 X₂ = *Marketplace* (*independent variable*)
 a = konstanta
 b₁ = koefisien untuk variabel Sistem Pembayaran
 b₂ = koefisien untuk variabel *Marketplace*
 e = persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.345	2.055		2.115	.038	
	Sistem Pembayaran	.380	.093	.358	4.075	.000	.742
	Marketplace	.465	.086	.477	5.422	.000	.742

a. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Dari Tabel 4.10, diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Jasa Pengiriman Barang} = 4,345 + 0,380 \text{ Sistem Pembayaran} + 0,465$$

$$\text{Marketplace} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 4,345 artinya: jika Jasa Pengiriman Barang yang diteliti konstan, maka Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi adalah sebesar 4,345.
2. 0,380 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Sistem Pembayaran (X_1) akan menyebabkan Jasa Pengiriman Barang bertambah sebesar 0,380 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel *Marketplace* (X_2) dianggap konstan.
3. 0,465 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel *Marketplace* (X_2) akan menyebabkan Jasa Pengiriman Barang bertambah sebesar 0,465 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Sistem Pembayaran (X_1) dianggap konstan.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

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

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Sistem Pembayaran; *Marketplace* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.
2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Sistem Pembayaran; *Marketplace* secara parsial berpengaruh terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.

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.

Tabel 4.11
Uji t (Uji Secara Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.345	2.055		2.115	.038
Sistem Pembayaran	.380	.093	.358	4.075	.000
<i>Marketplace</i>	.465	.086	.477	5.422	.000

a. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.11 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Sistem Pembayaran adalah 4,075 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 83 ($n-2 = 85-2$) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,988. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Sistem Pembayaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel *Marketplace* adalah 5,422 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 83 ($n-2 = 85-2$) dan taraf sig $\alpha = 5\%$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,988. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga *Marketplace* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.

4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Sistem Pembayaran dan *Marketplace* secara serempak tidak berpengaruh terhadap Jasa

Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.

2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Sistem Pembayaran dan *Marketplace* secara serempak berpengaruh terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.

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

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 4.12
Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	813.511	2	406.755	46.090	.000 ^a
	Residual	723.666	82	8.825		
	Total	1537.176	84			

a. Predictors: (Constant), *MARKETPLACE*, SISTEM PEMBAYARAN

b. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.12 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 46,090 dengan tingkat signifikan 0,000. $df_1 = k-1 = (3 - 1 = 2)$, dan $df_2 = n-k = (85 - 3 = 82)$ maka nilai F_{tabel} adalah 3,11. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_0 ditolak, H_a diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa Sistem Pembayaran dan *Marketplace* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi.

4.1.8 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 4.13
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.518	2.971

a. Predictors: (Constant), *MARKETPLACE*, SISTEM PEMBAYARAN

b. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.13 diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,529. Hal ini menunjukkan bahwa 52,90% Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi dipengaruhi oleh variabel Sistem Pembayaran dan *Marketplace*, sedangkan sisanya yaitu 47,10% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Sistem Pembayaran Terhadap Jasa Pengiriman Barang

Sistem Pembayaran (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi karena nilai t_{hitung} sebesar 4,075 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,989. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pengiriman barang seringkali menuntut lebih cepat dan profesional, untuk mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam hal pengiriman barang, berbagai pilihan metode pembayaran serta produk dan layanan yang disediakan seperti pembayaran *cash*, pembayaran kredit, pembayaran di tujuan atau *Cash On Delivery* (COD). Produk dan layanan yaitu seperti regular batas waktu pengiriman normal sesuai tujuan kota, *Over Night Service* (ONS) menggunakan moda transportasi udara yang tiba esok hari ke beberapa kota tertentu, *Same Day Service* (SDS) pengiriman super cepat yang tiba pada hari yang sama dalam 24 jam ke beberapa kota tertentu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Samsurujal Hasan (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas, harga, dan sistem pembayaran terhadap keputusan pembelian meubel sebagai produk tersier dalam upaya bersaing dengan *e-commerce* dan perubahan sosio-ekonomi global” yang membuktikan bahwa Sistem Pembayaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang.

4.2.2 Pengaruh *Marketplace* Terhadap Jasa Pengiriman Barang

Marketplace (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi karena nilai t_{hitung} sebesar 5,422 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yang sebesar 1,989. Dalam transaksi menggunakan *marketplace*, pembeli memiliki kebebasan untuk memilih jasa pengiriman barang yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan pihak *marketplace* menjalin kerja sama dengan berbagai ekspedisi. Tidak hanya itu, beberapa *marketplace* kini bahkan mengembangkan jasa ekspedisi sendiri untuk pilihan yang lebih mudah. Dengan adanya beragam pilihan jasa pengiriman atau ekspedisi, konsumen nantinya akan lebih leluasa untuk memilih mana ekspedisi yang tepat dan terbaik untuk mereka. Hanya saja, agar tidak terjadi masalah dalam pengiriman tersebut, tentu memilih ekspedisi yang tepat adalah keharusan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Muhammad Ilham Sidqi, Muhammad Risky Darmawan (2018) dengan judul penelitian “Integrasi sistem pembayaran pada *marketplace* menggunakan XML Web service” yang membuktikan bahwa *Marketplace* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang.

4.2.3 Pengaruh Sistem Pembayaran dan *Marketplace* Terhadap Jasa Pengiriman Barang

Sistem Pembayaran (X_1) dan *Marketplace* (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT.

J&T Tebing Express Tebing Tinggi karena nilai F_{hitung} sebesar 46,090 lebih besar dari pada nilai F_{tabel} yang sebesar 3,11. Jasa Pengiriman Barang pada PT. J&T Tebing Express Tebing Tinggi dipengaruhi oleh variabel Sistem Pembayaran dan *Marketplace* sebesar 52,90%, sedangkan sisanya yaitu 47,10% seperti Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Athellya Hasan, TS Reza (2021) dengan judul penelitian “Analisis penerapan sistem pembayaran *cash on delivery* (COD) untuk meningkatkan penjualan bisnis *online* pada aplikasi *marketplace* toko *deals of the day*” yang membuktikan bahwa *Marketplace* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

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

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh variabel Sistem Pembayaran (X_1) dan *Marketplace* (X_2) terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Sistem Pembayaran (X_1) dan *Marketplace* (X_2) sebesar satu-satuan, maka Jasa Pengiriman Barang (Y) akan meningkat.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT. J&T Express Tebing Tinggi.
3. Hasil uji t menunjukkan bahwa *Marketplace* (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT. J&T Express Tebing Tinggi.
4. Hasil uji F menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran (X_1) dan *Marketplace* (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT. J&T Express Tebing Tinggi.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Sistem Pembayaran (X_1) dan *Marketplace* (X_2) keterkaitan terhadap Jasa Pengiriman Barang (Y) pada PT. J&T Express Tebing Tinggi.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. PT. J&T Express Tebing Tinggi harus memperhatikan Sistem Pembayaran (X_1) dalam meningkatkan Jasa Pengiriman Barang (Y), seperti:
 - a. PT. J&T Express Tebing Tinggi harus mempermudah pelanggan untuk melakukan pembayaran, seperti dapat melakukan pembayaran melalui *cash*, kartu debit atau kredit ataupun melalui menu *transfer*.
 - b. PT. J&T Express Tebing Tinggi harus menyediakan sistem pembayaran yang ditetapkan untuk membantu kelancaran dalam pengiriman, seperti halnya dengan konsumen perusahaan melalui menu *transfer*, konsumen ecer melalui *cash* atau melalui kartu.
2. PT. J&T Express Tebing Tinggi harus mempertahankan *Marketplace* (X_2) agar dapat meningkatkan Jasa Pengiriman Barang (Y), seperti:
 - a. Perusahaan diharapkan selalu memiliki koneksi dengan *marketplace* ataupun *e-commerce* sehingga menjadi salah satu alasan pelanggan memilih kembali PT. J&T Express Tebing Tinggi.
 - b. Pebisnis yang tidak memiliki lokasi yang bagus dapat terbantu dengan adanya *marketplace*, dengan demikian loyalitas pelanggan akan menimbulkan Jasa Pengiriman Barang yang melebihi target yang ingin dicapai.

5.3 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 Jasa Pengiriman Barang selain Sistem Pembayaran dan *Marketplace*, misalnya variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan.

b. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja PT. J&T Express Tebing Tinggi. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa perusahaan yang bergerak ekspedisi di Kota Medan.

c. Menambah Jumlah Responden.

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 85 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Pohan. 2011. *Sistem Pembayaran: Strategi dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers
- Buku Panduan *Marketplace*. (n.d.). (n.p.): Global Aksara Pers.
- Dosen Ekonomi. 2020. Marketplace Adalah. Diakses pada 8 Agustus <https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/#:~:text=Pengertian%20Marketplace%20Menurut%20Para%20Ahli,1.&text=Marketplace%20adalah%20penggunaan%20data%20elektronik,memuaskan%20tujuan%20individu%20dan%20organisasi>.
- Drs Wahono Diphayana, 2018 *Perdagangan Internasional* Ed1,Get 1, Yogyakarta
- Frazelle E, 2001 *Supply Chain Strategy*. McGraw Hill. america.
- Herlina, V.2019. *Panduan Praktis Mengelolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT.Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Jaya, I. M. L. M.2019. *Pengelolaan Data Kesehatan Dengan SPSS*. Penerbit Thema Publishing, Yogyakarta
- Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia. (2017). (n.p.): Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Megasari Gusandra Saragih,2020.*Marketing Era Digital* Penerbit Andalan CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Mulyadi. 2013. *Sistem Akuntansi*. Jakarta:Salemba Empat..
- Opiida.(2014) Pengertian E-marketplace. Retrieved from <https://tokohalista.wordpress.com> (28 Oktober 2019). Pressman, R.S . (2010). *Software Engineeri*
- Priyatno, D. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*.Penerbit CV.Andi Offset, Yogyakarta
- Wahyudi,S.T 2017. *Statistika Ekonomi : Konsep,Teori dan Penerapan*.penerbit UB Press.Jakarta

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DAN *MARKETPLACE*
TERHADAP JASA PENGIRIMAN BARANG PADA PT J&T
EXPRESS TEBING TINGGI

Kepada Yth.

Bapak /Ibu yang saya hormati,

Saya mahasiswi STIE Eka Prasetya Medan Angkatan 2018 Program Studi Manajemen Kewirausahaan yang sedang melakukan penelitian. Oleh karena itu dengan segenap hati saya memohon agar Saudara /saudari dapat meluangkan waktu untuk menjadi responden saya serta kesedian untuk mengisi kuesioner dengan petunjuk yang ada. Tidak ada jawaban yang benar dan salah dalam kuesioner ini, jawaban yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Demi ketetapan penelitian ini saya sangat berharap Saudara/saudari mengisi dengan sungguh-sungguh dan sebenar benarnya. Atas kerendahan hati anda saya ucapkan terimakasih sebesar besarnya.

Hormat saya



Kiralita Liani Saragih

A. Petunjuk Pengisian

1. Bapak /Ibu yang saya hormati mohon kiranya berkenan untuk mengisi kuesioner dengan yang dirasakan dan benar adanya.
2. Berilah tanda (X) pada kolom yang telah tersedia dalam memilih keadaan.

B. Identitas Responden

1. Jenis kelamin : Laki laki / Perempuan (coret yang salah)
2. Usia Anda :
 - a. 17-26 tahun
 - b. 27- 36 tahun
 - c. 37-46 tahun
 - d. > 46 tahun
3. Berapa kali menggunakan jasa J&T *Express* Bandar Sakti Tebing tinggi :
 - a. 2 kali
 - b. 3 kali
 - c. > 3kali

C. Daftar Pertanyaan

Anda diharapkan memilih/ mengisi setiap kolom berdasarkan pilihan anda.
Terdapat 5 (lima) alternative jawaban:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang anda anggap paling mewakili diri anda pada kolom yang telah di sediakan.

A. Sistem Pembayaran (X₁)

No	Pertanyaan	Skor				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Menurut saya alat dan sistem pembayaran yang di tetapkan oleh J&T <i>Express</i> sangat bagus dan mempermudah pengguna layanan J&T <i>Express</i>					
2	Menurut saya alat dan sistem pembayaran yang di gunakan J&T <i>Express</i> mudah untuk dijangkau					
3	Menurut saya dengan dibuatnya beragam sistem pembayaran oleh J&T <i>Express</i> , mempermudah pelanggan untuk melakukan pembayaran					
4	Menurut saya karena beragamnya sistem pembayara yang ditetapkan dapat membantu kelancaran dari pengiriman					
5	Menurut saya sistem pembayaran yang ditetapkan J&T <i>Express</i> sangat membantu para pelanggan untuk tidak repot keluar rumah					
6	Menurut saya dengan adanya ketentuan sistem pembayaran yang ditetapkan oleh J&T <i>Express</i> itu lebih mudah kan untuk menyelesaikan transaksi					

B. Marketplace (X₂)

No	Pertanyaan	Skor				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Menurut saya <i>marketplace</i> tempat yang sangat bagus untuk berjualan yang dimana <i>marketplace</i> untuk melengkapi dengan sistem pembayaran dan jasa pengiriman telah di sediakan					
2	Menurut saya <i>marketplace</i> salah satu alat bantu untuk melakuakan banyak penjualan dalam bentuk					

	apapun					
3	Menurut saya <i>marketplace</i> juga sangat membantu untuk meluncurkan perusahaan jasa pengiriman					
4	Menurut saya <i>marketplace</i> adalah alat penjualan yang sangat produktif dan laris					
5	Dengan adanya <i>marketplace</i> yang menjadi tempat jualan dan memudahkan seseorang untuk berbisnis					
6	Menurut saya <i>marketplace</i> adalah tempat yang tepat untuk melakukan bisnis bagi pembisnis yang tidak memiliki lokasi yang bagus					

C. Pengiriman Barang (Y)

No	Pertanyaan	Skor				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Produk yang dikirim J&T <i>Express</i> datang tepat waktu pada tempat tujuan					
2	Waktu operasional J&T <i>Express</i> Tebing tinggi 365 hari kerja tanpa libur dapat memberikan pengiriman paket tepat waktu bahkan lebih cepat dari waktu yang telah di tentukan					
3	Layanan yang diberikan J&T <i>Express</i> Tebing tinggi terkait pengiriman dan penjemputan dilakukan secara tepat waktu dan profesional sesuai dengan komitmen perusahaan					
4	J&T <i>Express</i> Tebing tinggi dapat menjawab pertanyaan terkait keberadaan paket melalui sistem pelacak dengan cepat dari situs web yang dimiliki J&T <i>Express</i> (www.jet.co.id)					
5	J&T <i>Express</i> adalah jasa pengiriman yang sangat cepat					
6	J&T <i>Express</i> jasa pengiriman yang bertanggung dengan kondis paket yang tidak rusak mereka antar dengan waktu yang cepat					

LAMPIRAN 2

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	24	28.2	28.2	28.2
	Perempuan	61	71.8	71.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-26 tahun	30	35.3	35.3	35.3
	27-36 tahun	18	21.2	21.2	56.5
	37-46 tahun	23	27.1	27.1	83.5
	> 46 tahun	14	16.5	16.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan

		Intensitas Penggunaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Kali	11	12.9	12.9	12.9
	3 Kali	21	24.7	24.7	37.6
	> 3 Kali	53	62.4	62.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Atas Variabel Sistem Pembayaran (X₁)

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

RESPONDEN	SISTEM PEMBAYARAN (X1)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
37	5	4	5	4	5	5	28
38	4	5	4	5	4	4	26
39	4	4	5	4	4	5	26
40	4	5	4	5	4	4	26
41	5	4	4	4	5	4	26
42	4	5	5	5	4	5	28
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	4	4	4	5	4	26
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	4	4	4	5	4	26
47	4	5	5	5	4	5	28
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	3	3	3	4	3	20
50	2	3	3	3	2	3	16
51	2	3	2	3	2	2	14
52	4	5	5	5	4	5	28
53	2	3	5	3	2	5	20
54	3	3	4	3	3	4	20
55	3	3	3	3	3	3	18
56	3	2	3	2	3	3	16
57	4	3	5	3	4	5	24
58	3	3	5	3	3	5	22
59	4	3	4	3	4	4	22
60	5	5	4	5	5	4	28
61	4	3	3	3	4	3	20
62	4	2	3	2	4	3	18
63	4	5	4	5	4	4	26
64	5	4	5	4	5	5	28
65	4	5	5	5	4	5	28
66	5	5	2	5	5	2	24
67	5	4	5	4	5	5	28
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	4	4	5	4	26
70	4	5	3	5	4	3	24
71	4	4	3	4	4	3	22
72	4	3	5	3	4	5	24
73	2	3	5	3	2	5	20
74	4	3	4	3	4	4	22
75	4	4	2	4	4	2	20

RESPONDEN	SISTEM PEMBAYARAN (X1)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
76	4	3	5	3	4	5	24
77	4	2	4	2	4	4	20
78	3	2	4	2	3	4	18
79	5	4	5	4	5	5	28
80	3	2	4	2	3	4	18
81	3	3	4	3	3	4	20
82	3	3	4	3	3	4	20
83	4	3	5	3	4	5	24
84	4	4	5	4	4	5	26
85	2	3	4	3	2	4	18

LAMPIRAN 4

Jawaban Responden Atas Variabel *Marketplace* (X₂)

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

RESPONDEN	MARKETPLACE (X2)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X2
37	5	4	5	5	4	5	28
38	4	5	4	4	5	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	5	4	5	5	28
41	5	4	4	5	4	4	26
42	4	5	4	4	5	4	26
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	4	4	5	4	4	26
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	4	4	4	4	4	25
47	5	4	5	4	5	5	28
48	5	4	4	4	5	4	26
49	4	4	3	4	4	3	22
50	4	2	3	2	4	3	18
51	1	3	3	3	1	3	14
52	1	4	4	4	1	4	18
53	4	4	3	4	4	3	22
54	4	4	2	4	4	2	20
55	3	4	3	4	3	3	20
56	3	3	3	3	3	3	18
57	4	3	3	3	4	3	20
58	3	2	3	2	3	3	16
59	5	4	5	4	3	5	26
60	3	2	3	2	3	3	16
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	18
63	2	3	2	3	5	2	17
64	3	4	3	4	4	3	21
65	3	3	3	3	4	3	19
66	3	4	3	4	2	3	19
67	5	5	5	5	3	5	28
68	3	1	3	1	4	2	14
69	2	4	2	4	3	2	17
70	5	4	5	4	4	5	27
71	4	5	4	5	4	4	26
72	5	4	5	4	4	5	27
73	5	5	5	5	4	5	29
74	4	5	4	5	3	4	25
75	5	5	5	5	3	5	28

RESPONDEN	MARKETPLACE (X2)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X2
76	4	5	4	5	3	4	25
77	5	4	5	4	4	5	27
78	4	4	4	4	4	4	24
79	3	4	3	4	4	3	21
80	3	2	3	2	4	3	17
81	3	3	3	3	3	5	20
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	4	3	4	4	3	21
84	2	4	2	4	4	2	18
85	2	4	3	2	2	4	17

LAMPIRAN 5

Jawaban Responden Atas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)

RESPONDEN	JASA PENGIRIMAN BARANG (Y)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
1	3	2	3	2	3	3	21
2	5	4	5	4	3	5	35
3	3	2	3	2	3	3	21
4	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	3	3	3	3	24
6	2	3	2	3	5	2	22
7	3	4	3	4	4	3	28
8	3	3	3	3	4	3	25
9	3	4	3	4	2	3	26
10	5	5	5	5	3	5	38
11	3	1	3	1	4	2	21
12	2	4	2	4	3	2	23
13	5	4	5	4	4	5	36
14	4	5	4	5	4	4	35
15	5	4	5	4	4	5	36
16	5	5	5	5	4	5	39
17	4	5	4	5	3	4	34
18	5	5	5	5	3	5	38
19	4	5	4	5	3	4	34
20	5	4	5	4	4	5	36
21	4	4	4	4	4	4	32
22	3	4	3	4	4	3	28
23	3	2	3	2	4	3	22
24	3	3	3	3	3	5	27
25	4	4	4	4	4	4	32
26	3	4	3	4	4	3	28
27	2	4	2	4	4	2	24
28	2	4	3	2	2	4	22
29	4	5	5	4	4	5	36
30	2	4	3	2	2	4	22
31	3	4	3	3	3	4	26
32	3	4	3	3	3	4	26
33	3	5	4	3	3	5	30
34	4	5	4	4	4	5	34
35	3	4	2	4	3	4	25
36	4	5	4	4	4	5	34

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

RESPONDEN	JASA PENGIRIMAN BARANG (Y)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y
76	5	5	2	3	2	5	28
77	4	4	4	5	4	4	31
78	5	4	2	3	2	4	26
79	5	3	3	3	3	4	29
80	4	3	3	3	3	2	24
81	4	4	3	2	3	3	25
82	4	5	4	3	4	4	31
83	1	4	3	3	3	4	25
84	4	3	4	3	4	4	30
85	4	4	1	5	5	2	26

LAMPIRAN 6

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Sistem Pembayaran (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.429*	.453*	.461*	.578**	.356	.748**
	Sig. (2-tailed)		.018	.012	.010	.001	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.429*	1	.124	.949**	.373*	.580**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.018		.515	.000	.042	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.453*	.124	1	.169	.403*	.042	.502**
	Sig. (2-tailed)	.012	.515		.371	.027	.824	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.461*	.949**	.169	1	.422*	.631**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.371		.020	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.578**	.373*	.403*	.422*	1	.230	.717**
	Sig. (2-tailed)	.001	.042	.027	.020		.222	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.356	.580**	.042	.631**	.230	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.824	.000	.222		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.748**	.796**	.502**	.839**	.717**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000	.000	
	N	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
.793	6

LAMPIRAN 7

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

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.530**	.209	.613**	.456*	.887**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.003	.267	.000	.011	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.530**	1	.200	.236	.842**	.643**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.003		.290	.210	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.209	.200	1	-.059	.238	.090	.363*
	Sig. (2-tailed)	.267	.290		.757	.205	.637	.049
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.613**	.236	-.059	1	.215	.635**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.210	.757		.253	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.456*	.842**	.238	.215	1	.624**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.205	.253		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.887**	.643**	.090	.635**	.624**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.637	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.868**	.760**	.363*	.666**	.750**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.049	.000	.000	.000	
	N	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
.803	6

LAMPIRAN 8

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Jasa Pengiriman Barang (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.234	.469**	.315	-.004	.411*	.606**
	Sig. (2-tailed)		.213	.009	.090	.983	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.234	1	.535**	.879**	.350	.562**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.213		.002	.000	.058	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.469**	.535**	1	.536**	.192	.892**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.009	.002		.002	.310	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.315	.879**	.536**	1	.355	.457*	.808**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000	.002		.054	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-.004	.350	.192	.355	1	.254	.473**
	Sig. (2-tailed)	.983	.058	.310	.054		.175	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.411*	.562**	.892**	.457*	.254	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.024	.001	.000	.011	.175		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.606**	.805**	.830**	.808**	.473**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.008	.000	
	N	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

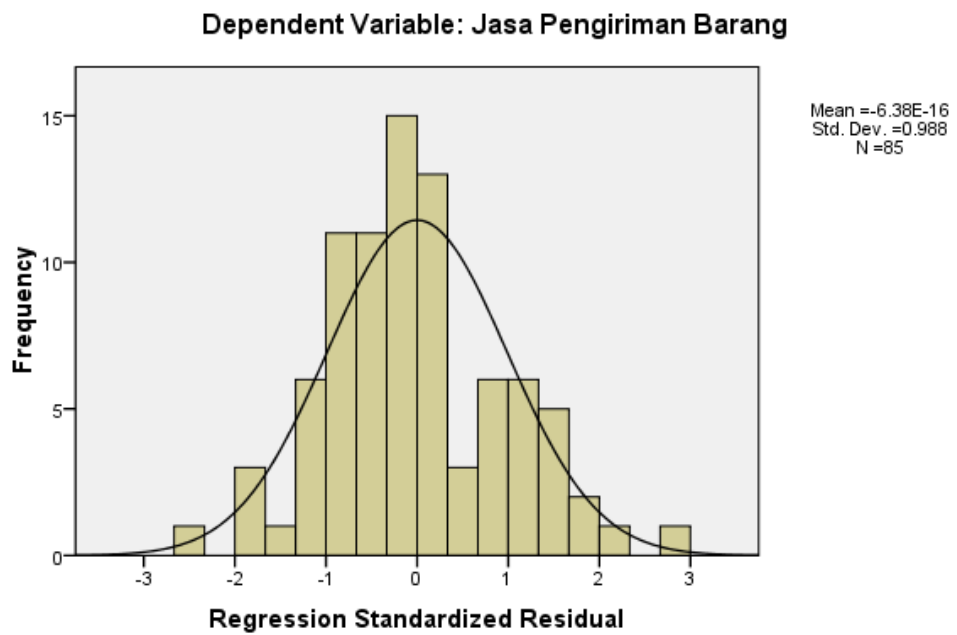
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6

LAMPIRAN 9

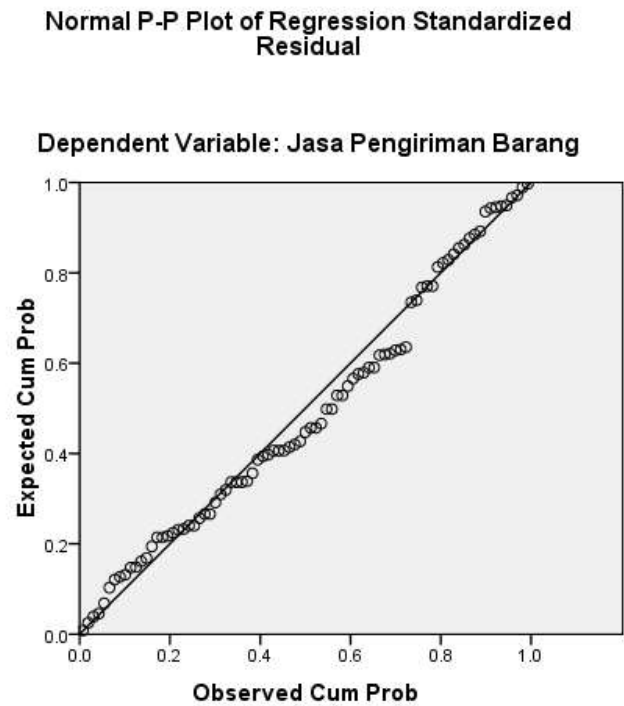
Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
- Histogram

Histogram



- **Normal P Plot**



- **Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.93514357
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.853
Asymp. Sig. (2-tailed)		.461

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

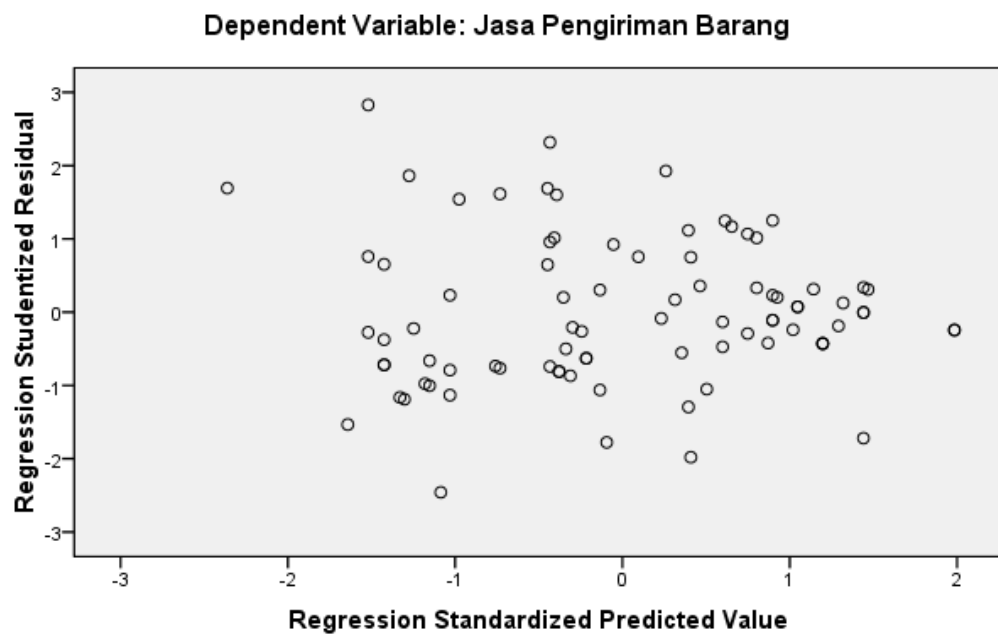
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SISTEM PEMBAYARAN	.742	1.347
	MARKETPLACE	.742	1.347

a. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

c. Uji Heteroskedastisitas

- **Scatterplot**

Scatterplot



LAMPIRAN 10

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)	4.345	2.055		2.115	.038		
Sistem Pembayaran	.380	.093	.358	4.075	.000	.742	1.347
Marketplace	.465	.086	.477	5.422	.000	.742	1.347

a. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Barang

b. Uji Hipotesis

- Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.345	2.055		2.115	.038
Sistem Pembayaran	.380	.093	.358	4.075	.000
Marketplace	.465	.086	.477	5.422	.000

a. Dependent Variable: JASA PENGIRIMAN BARANG

- **Uji F**

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	813.511	2	406.755	46.090	.000 ^a
	Residual	723.666	82	8.825		
	Total	1537.176	84			

a. Predictors: (Constant), Marketplace, Sistem Pembayaran

b. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Barang

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.518	2.971

a. Predictors: (Constant), Marketplace, Sistem Pembayaran

b. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Barang

LAMPIRAN 11

Tabel r

	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703

LAMPIRAN 11

Tabel t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013

120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954
------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

LAMPIRAN 13

Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78

88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



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, 13 Oktober 2021

Nomor : 1995/R/STIE-EP/X/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan PT J & T Exspress Tebingtinggi

Dj-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Kiralita Iani Saragih
Nim	: 181010224
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Sistem Pembayaran dan Market Place Terhadap Tingginya Pengiriman Barang pada PT J&T Express

Untuk mengadakan peninjauan ke PT J & T Exspress Tebingtinggi 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

SURAT KETERANGAN

Nomor : J&T/SUB/HRD/0118/03
Lamp : ----
Hal : Persetujuan permohonan izin melakukan observasi

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pemimpin Perguruan Tinggi STIE Eka Prasetya Medan
Di- Tempat

Dengan hormat,

Saya selaku Customer Servis di PT.J&T Express Tebing tinggi. Bahwa saya telah menerima surat observasi dari STIE Eka Prasetya medan yang memohon agar mahasiswa dapat diterima untuk melakukan penelitian, oleh karena itu

Nama : Kiralita Liani Saragih

Nim : 181010224

Programstudi : Manajemen Kewirausahaan B

Dengan ini saya selaku Customer Servis dari PT.J&T Express setuju untuk menerima Mahasiswa STIE Eka Prasetya untuk melakukan penelitian di Perusahaan J&T Express dengan judul yang telah disetujui oleh pihak kampus.

Demikian surat balasan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Customer Servis , PT J&T Express Tebing tinggi.



Kiranita Nauli Saragih



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Kirana Liani Saragih
NIM : 18101224
PROGRAM STUDI : Manajemen

O	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Jumat/maret 6/2020	Alvin sasanto JUDUL PROPOSAL: Pengaruh integrated marketing Terhadap keputusan pembelian mobil xpander pada PT. SARDANA INDAH BERLIANI MOTOR Cabang putri hijau	16101118	
2	Jumat 6 maret/2020	Sintyah JUDUL PROPOSAL: Pengaruh gaya hidup dan harga Terhadap keputusan pembelian laptop acer pada PT. PRINJAYA MULTI TEKNOLOGI	16100029	
3	20/Januari/2022	Arqiat Maruba Schombing JUDUL PROPOSAL: pengaruh kualitas pendidikan terhadap dan fasilitas sekolah Terhadap keputusan memilih SMP PAB IS MEDAN SURABAI	18101088	
4	20/Januari/2022	Rafid JUDUL PROPOSAL: Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Emas New sinar Baru Jaya	18101215	
5	20/Januari/2022	Milenik JUDUL PROPOSAL: Analisis strategi pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Etnik (studi kasus pada PT Anugrah Kreas Laras	18101215	
6	10/februari/2022	Rikard JUDUL PROPOSAL: pengaruh kepuasan konsumen dan promosi penjualan terhadap keputusan menggunakan jasa dari PT Aneka bintang sepi level indo	1810189	
7	10/februari/2022	Handy JUDUL PROPOSAL: pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko smile seluler medan	18101201	
		JUDUL PROPOSAL :		

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

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

FOTO
3x4

Nama Mahasiswa : KIRALITA Linni Saragih
NIM : 1810102221
Konsentrasi : Kewirausahaan Kelas : 18-7
Nomor HP, No. WA : 0852 6049 3706 Email : kiralita.linni.saragih@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. K.F. Tandean Gg. Praunary Meriah (Jl. Suroboyo)
Dosen Pembimbing Akademis : TTD :

Ka. Prodi

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa

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

Endang Kurniawati, S.Pd, M.Pd

Kiralita Linni Saragih

Paraf Dosen
Pembimbing

I II

No Tanggal

Uraian Singkat Bimbingan

1

Diskusi judul

2

Diskusi judul & ACC judul.

3

10/12/2021

Bimbingan & pengarahan penulisan proposal via Gm.

4

16/12/2021

Bimbingan layout Bab I

5

23/12/2021

Bimbingan layout Bab II

6

23/12/2021

Bimbingan layout Bab III, ACC

7 4/2/2022

Untuk bab II perbaikan untuk kutipan

8

4/2/2022

dalam latar belakang pertama beresite tentang jenis pengimpor

9

4/2/2022

di Indonesia, Sumatera, Medan. Setelah itu bahas tentang

10

4/2/2022

Sistem Pembayaran tentang gasc

11

7/2/2022

buat tabel jenis jasa pengimpor barang

12

7/2/2022

1. Untuk Variabel kedua Marketplace ceritakan perkembangan

13

7/2/2022

Marketplace dan tahun 17-2020 - hubungan Marketplace

14

7/2/2022

Terhadap dat dgn

15

9/2/2022

Pindahkan tabel jasa Pengimpor dan layanan produk

16

9/2/2022

tidak boleh ada kutipan dalam kutipan.

ACC Skripsi

Bimbingan Bab IV & V

Revisi Bab IV

Revisi Bab V

ACC Sidang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Kiralita Liani Saragih
Tempat / Tanggal Lahir : Kandis, 11 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Kf Tandean Gg. Bawang Merah Tebing Tinggi
Agama : Kristen Protestan
Status : Belum Menikah
No. Handphone : 0852 6049 3706

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007-2013 : SD 165733
2. Tahun 2013-2015 : SMP Negeri 5 Tebing Tinggi
3. Tahun 2016-2018 : SMA Inti Nusantara Tebing Tinggi
4. Tahun 2018-2022 : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan

Medan, 11 Juni 2022

Penulis,



Kiralita Liani Saragih

181010224