BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden Dan Lokasi Penelitian

4.1.1.1 Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden dalam penelitian " PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KEMUDAHAN PROSES, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN KEMBALI JASA *FREIGHT FORWARDING* DI PT KIRIM KIRIM INTERNASIONAL" menunjukkan perbedaan dalam hal jenis badan usaha, frekuensi menggunakan, dan alasan menggunakan jasa. Data menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perusahaan berbentuk PT, yang lebih sering menggunakan jasa untuk memenuhi kebutuhan perusahaannya. Faktor utama yang mendorong pengguna jasa ini untuk memilih Pt Kirim Kirim Internasional adalah Pengalaman yang baik, Proses yang mudah, dan Pelayanan yang memuaskan. Faktor-faktor ini memberikan gambaran mendalam tentang preferensi pengguna jasa dan bagaimana elemen seperti pengalaman pelanggan, kemudahan proses, dan kualitas layanan memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan kembali jasa.

Penulis menyajikan karakteristik responden secara menyeluruh di sini, termasuk tabel untuk memberikan pemahaman yang lebih baik. Dengan memahami karakteristik responden secara menyeluruh, diharapkan dapat menemukan hubungan antara jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan dan perilaku mereka selama penelitian. Hal ini akan membantu memberikan analisis yang lebih akurat dan memperjelas pola dan kecenderungan yang muncul dalam data penelitian.

TABEL DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Badan Usaha	Bumn	0	0%
	PT	45	100%
	Perorangan	0	0%
	Lain-Lain	0	0%
Jumlah		45	100%
Total Menggunakan Jasa	< 12 Kali	19	42%
	> 12 Kali	26	58%
Jumlah		45	100%
Alasan Menggunakan Jasa	Pengalaman Yang Baik	11	24%
	Proses Yang Mudah	8	18%
	Pelayanan Yang Memuaskan	21	47%
	Lain-Lain	5	11%
Jumlah		45	100%

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang memberikan wawasan lebih mendalam mengenai profil responden dan pola belanja mereka.

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang memberikan wawasan lebih mendalam mengenai profil responden dan pola belanja mereka.

Dari aspek jenis badan usaha, mayoritas responden adalah perseroan terbatas/PT (100%).

Berdasarkan frekuensi menggunakan jasa, mayoritas responden (58%) menggunakan jasa lebih dari 12 kali, sementara 42%. Temuan ini mengungkapkan bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan jasa berulang.

Adapun alasan utama responden memilih menggunakan jasa di Pt Kirim Kirim Internasional adalah karena Pelayanan yang memuaskan (47%), diikuti oleh Pengalaman yang baik (24%). Lalu Proses yang mudah 18%. Sementara itu, 11% responden memberikan alasan lain. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor Pelayanan yang memuaskan berperan penting dalam keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa ini.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pt Kirim Kirim Internasional, sebuah perusahaan *Freight forwarding* yang berfokus pada layanan pengiriman barang dalam skala nasional maupun internasional. Penelitian ini menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa pengiriman yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan fokus pada pengalaman pelanggan, kemudahan proses, dan kualitas pelayanan.

Pt Kirim Kirim Internasional dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki basis pelanggan yang berulang, yang memungkinkan analisis lebih mendalam tentang alasan pelanggan tetap setia menggunakan layanan mereka. Aspek lokasi operasional yang strategis, efisiensi dalam proses pengiriman, serta standar pelayanan yang diberikan menjadi elemen kunci yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan dan keputusan pelanggan dalam memilih kembali jasa pengiriman mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang memperkuat loyalitas pelanggan serta rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan retensi pengguna layanan mereka.

4.1.1.2 Lokasi Penelitian

PT. Kirim Kirim Internasional atau yang lebih dikenal dengan Kirimkirim.id adalah perusahaan pengiriman barang yang berdiri pada tahun 2017 dan mengkhususkan diri dalam pengiriman lintas batas ke dalam dan luar Indonesia. Kami memfasilitasi pelanggan kami dengan platform teknologi "GENESIS" kelas dunia, jaringan mitra yang memiliki reputasi baik, dan tim layanan pelanggan yang solid untuk memastikan pengalaman pengiriman yang aman dan bebas masalah. Layanan Kami ialah Pengiriman Barang

Internasional - Menawarkan layanan impor & ekspor Angkutan Laut atau Angkutan Udara ke sebagian besar tujuan di seluruh dunia. Berpengalaman dalam menangani barang umum, berbahaya, berukuran besar, berpendingin, dan curah dengan API terintegrasi dengan penyedia jasa pengiriman dan maskapai penerbangan.

PT Kirim Kirim Internasional menjadi perantara Kepabeanan/PPJK Tim berlisensi kami akan memandu kargo untuk melewati perbatasan Indonesia tepat waktu dan mematuhi peraturan Indonesia.sistem pergudangan Menyediakan pilihan dari berbagai gudang & fasilitas penyimpanan dengan Sistem Manajemen Gudang yang terintegrasi. Kolaborasi Truk dengan perusahaan Truk terkemuka dengan pilihan: Trailer, Wingbox, *Dump truck*, *Flatbed*, Truk ukuran kecil-menengah. Cakupan Wilayah yang Terhubung dengan sebagian besar agen di seluruh dunia, mengkhususkan diri dengan pengiriman dengan tarif yang kompetitif dari/ke Amerika Serikat, Afrika, Timur Tengah, Australia, dan Selandia Baru.

Profil Perusahaan

- Bidang Usaha: PT Kirim Kirim Internasional menyediakan layanan pengiriman B2B (*business-to-business*) melalui berbagai moda transportasi, termasuk laut, udara, dan darat.
- Keunggulan: Perusahaan dikenal karena keandalannya dalam memberikan layanan pengiriman yang tepat waktu, efisien, dan aman. Tim profesional mereka berpengalaman dalam memberikan solusi logistik yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- Visi dan Misi: Misi perusahaan adalah untuk menyederhanakan proses pengiriman barang, mulai dari pemesanan hingga pengiriman, dengan memanfaatkan teknologi terkini dan menjaga kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.

4.1.2 Konsidi Fakta Variabel yang diteliti / Deskripsi Karakteristik Responden

4.1.2.1 *Customer Experience* (X_1)

No.	pernyataan	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(x)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	*Sense* (panca indra) 1	0	0,0%	8	17,8%	13	28,9%	10	22,2%	14	31,1%	165	3,67
2	*Sense* (panca indra) 2	1	2,2%	4	8,9%	13	28,9%	18	40,0%	9	20,0%	165	3,67
3	*Feel* (perasaan) 1	0	0,0%	4	8,9%	15	33,3%	17	37,8%	9	20,0%	166	3,69
4	*Feel* (perasaan) 2	0	0,0%	6	13,3%	10	22,2%	16	35,6%	13	28,9%	171	3,80
5	*Think* (cara berpikir) 1	0	0,0%	4	8,9%	8	17,8%	19	42,2%	14	31,1%	178	3,96
6	*Think* (cara berpikir) 2	0	0,0%	7	15,6%	12	26,7%	15	33,3%	11	24,4%	165	3,67
7	*Relate* (pertalian) 1	0	0,0%	5	11,1%	18	40,0%	12	26,7%	10	22,2%	162	3,60
8	*Relate* (pertalian) 2	0	0,0%	3	6,7%	16	35,6%	11	24,4%	15	33,3%	173	3,84
9	*Act* (tindakan) 1	0	0,0%	5	11,1%	15	33,3%	11	24,4%	14	31,1%	169	3,76
10	*Act* (tindakan) 2	0	0,0%	6	13,3%	14	31,1%	10	22,2%	15	33,3%	169	3,76
RATA-RATA		0,1	0%	4,4	10%	12,1	27%	12,9	29%	11,0	24%	151,8	3,4

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Atas Variabel Customer Experience

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa pernyataan pertama yaitu produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini memiliki fisik yang menarik dan propesional kepada pengguna turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional pada pernyataan ketiga, sebanyak 37,8% responden yang menjawab setuju dan 33,3% responden yang menjawab netral dengan angka penafsiran sebesar 3,69 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pernyataan keempat yaitu pengalaman menggunakan jasa di perusahaan ini memberikan perasaan aman dan nyaman turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional, Hasil penelitian pada pernyataan kelima, sebanyak 42,2% responden yang menjawab setuju dan 31,1% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebasar 3,96 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakanı bahwa pernyataan kelima yaitu merasa puas dengan cara berfikir yang rasional ketika memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan ini mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Terakhir,

sebanyak 33,3% responden yang menjawab sangat setuju dan 31,1% responden yang menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebasar 3,76 (setuju).

4.1.2.2 Kemudahan Proses (X_2)

No.	pernyataan	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(x)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	*Easy to Learn 1*	0	0,0%	10	22,2%	13	28,9%	8	17,8%	14	31,1%	161	3,58
2	*Easy to Learn 2*	1	2,2%	5	11,1%	11	24,4%	14	31,1%	14	31,1%	170	3,78
3	*Clear and Understandable 1*	0	0,0%	6	13,3%	15	33,3%	13	28,9%	11	24,4%	164	3,64
4	*Clear and Understandable 2*	0	0,0%	7	15,6%	13	28,9%	14	31,1%	11	24,4%	164	3,64
5	*Easy to Become Skillful 1*	1	2,2%	1	2,2%	10	22,2%	16	35,6%	17	37,8%	182	4,04
6	*Easy to Become Skillful 2*	2	4,4%	4	8,9%	16	35,6%	9	20,0%	14	31,1%	164	3,64
7	*Flexible 1*	1	2,2%	7	15,6%	13	28,9%	18	40,0%	6	13,3%	156	3,47
8	*Flexible 2*	0	0,0%	6	13,3%	17	37,8%	9	20,0%	13	28,9%	164	3,64
9	*Easy to Use 1*	0	0,0%	3	6,7%	15	33,3%	19	42,2%	8	17,8%	167	3,71
10	*Easy to Use 2*	0	0,0%	1	2,2%	16	35,6%	11	24,4%	17	37,8%	179	3,98
RATA-RATA		0,5	1%	4,0	9%	12,6	28%	12,3	27%	11,1	25%	151,0	3,36

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kemudahan Proses

Pada indikator *Easy to Learn* 1, sebanyak 31,1% responden menyatakan sangat setuju, 17,8% lainnya setuju, 28,9% ragu-ragu serta 22,2% tidak setuju dengan nilai penafsiran 3,58 (setuju). Sementara itu, pada *Easy to Learn* 2, 31,1% responden sangat setuju dan 231,1% setuju, ragu-ragu sebanyak 24,4%, 11,1% tidak setuju dengan nilai penafsiran 3,78 (setuju). Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa kemudahan proses di Pt Kirim Kirim Internasional berpengaruh terhadap keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Kembali.

Indikator *Clear and Understandable* menunjukkan bahwa pada *Clear and Understandable* 1, 24,4% responden sangat setuju dan 28,9% setuju, ragu-ragu sebanyak 33,3% serta tidak setuju 13,3% dengan nilai penafsiran 3,64(setuju). Sedangkan pada *Clear and Understandable* 2, 24,4% responden sangat setuju dan 31,1% setuju, 28,9% ragu-ragu dengan nilai penafsiran 3,64 (setuju).

Pada indikator *Easy to Become Skillful* 1, sebanyak 37,8% responden menyatakan sangat setuju dan 35,6% setuju, 22,2% ragu-ragu serta 2,2% tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan nilai penafsiran 4,04 (setuju) pada. Sementara itu, pada *Easy to Become Skillful* 2, 31,1% responden sangat setuju

dan 20% setuju, ragu-ragu 35,6%, tidak setuju 8,9% dengan nilai penafsiran 3,64 (setuju). Indikator *Clear and Understandable* menunjukkan bahwa pada *Clear and Understandable* 1, 24,4% responden sangat setuju dan 28,9% setuju, ragu-ragu sebanyak 33,3% serta tidak setuju 13,3% dengan nilai penafsiran 3,64 (setuju). Sedangkan pada *Clear and Understandable* 2, 24,4% responden sangat setuju dan 31,1% setuju, 28,9% ragu-ragu dengan nilai penafsiran 3,64 (setuju).

Pada indikator *Flexible* 1, sebanyak 13,3% responden menyatakan sangat setuju dan 40,4% setuju, 28,9% ragu-ragu serta 15,6% tidak setuju dan 2,2% sangat tidak setuju dengan nilai penafsiran 3,47 (setuju) pada. Sementara itu, pada *Flexible* 2, 28,9% responden sangat setuju dan 20% setuju, ragu-ragu 37,8%, tidak setuju 13,3% dengan nilai penafsiran 3,64 (setuju).

Indikator terakhir, yaitu *Easy to Use*, menunjukkan bahwa pada *Easy to Use* 1, sebanyak 17,8% responden sangat setuju dan 42,2% setuju, ragu-ragu 33,3%, tidak setuju 6,7% dengan nilai penafsiran 3,71 (setuju). Sedangkan pada *Easy to Use* 2, 37,8% responden sangat setuju dan 24,4% setuju, 35,6% ragu-ragu, 2,2% tidak setuju dengan nilai penafsiran 3,98 (setuju). Secara keseluruhan, setelah dilakukan rata-rata terhadap tanggapan responden terhadap variabel kemudahan proses, sebanyak 25% responden menyatakan sangat setuju dan 27% responden setuju, dengan nilai penafsiran 3,36 (ragu ragu).

4.1.2.3 Kualitas Pelayanan (X3)

No.	pernyataan	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(x)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
1	Keandalan 1	0	0,0%	5	11,1%	8	17,8%	14	31,1%	18	40,0%	180	4,00
2	Keandalan 2	0	0,0%	5	11,1%	13	28,9%	14	31,1%	13	28,9%	170	3,78
3	Daya Tanggap 1	0	0,0%	8	17,8%	11	24,4%	21	46,7%	5	11,1%	158	3,51
4	Daya Tanggap 2	0	0,0%	5	11,1%	16	35,6%	11	24,4%	13	28,9%	167	3,71
5	Jaminan 1	0	0,0%	3	6,7%	18	40,0%	10	22,2%	14	31,1%	170	3,78
6	Jaminan 2	1	2,2%	5	11,1%	14	31,1%	10	22,2%	15	33,3%	168	3,73
7	Empati 1	0	0,0%	7	15,6%	12	26,7%	15	33,3%	11	24,4%	165	3,67
8	Empati 2	0	0,0%	6	13,3%	10	22,2%	15	33,3%	14	31,1%	172	3,82
9	Bukti Fisik 1	1	2,2%	5	11,1%	11	24,4%	13	28,9%	15	33,3%	171	3,80
10	Bukti Fisik 2	0	0,0%	6	13,3%	12	26,7%	11	24,4%	16	35,6%	172	3,82
RATA-RATA		0,2	0%	5,0	11%	11,7	26%	12,0	27%	11,6	26%	151,3	3,4

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan

Pada pernyataan pertama, sebanyak 40,0% responden yang menjawab sangat setuju dan 31,1% responden yang menjawab setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,00 (sangat setuju). Sebanyak 31,1% menjawab setuju jika dikatakan bahwa pernyataan kedua yaitu Kecepatan layanan yang diberikan cukup memuaskan turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 46,7% responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pernyataan ketiga yaitu Karyawan perusahaan ini selalu sigap membantu pelanggan dalam memilih produk dengan cepat keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 33,3% responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pernyataan ketujuh yaitu Karyawan perusahaan ini selalu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan turut mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 33,3% responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa pernyataan kesembilan yaitu Fasilitas fisik dan perlengkapan cukup memuaskan untuk pelanggan turut keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional.

4.1.2.4 Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Kembali (Y)

No.	pernyataan	STS		TS		N		S		SS		NILAI	TAFSIR
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	F(X)	[n=f(x)/n]
1	Pengenalan Masalah 1	0	0,0%	5	11,1%	8	17,8%	14	31,1%	18	40,0%	180	4,00
2	Pengenalan Masalah 2	0	0,0%	5	11,1%	13	28,9%	14	31,1%	13	28,9%	170	3,78
3	Pencarian Informasi 1	0	0,0%	8	17,8%	11	24,4%	21	46,7%	5	11,1%	158	3,51
4	Pencarian Informasi 2	0	0,0%	5	11,1%	16	35,6%	11	24,4%	13	28,9%	167	3,71
5	Evaluasi Alternatif 1	0	0,0%	3	6,7%	18	40,0%	10	22,2%	14	31,1%	170	3,78
6	Evaluasi Alternatif 2	1	2,2%	5	11,1%	14	31,1%	10	22,2%	15	33,3%	168	3,73
7	Keputusan Pembelian 1	0	0,0%	7	15,6%	12	26,7%	15	33,3%	11	24,4%	165	3,67
8	Keputusan Pembelian 2	0	0,0%	6	13,3%	10	22,2%	15	33,3%	14	31,1%	172	3,82
9	Perilaku Setelah Pembelian 1	1	2,2%	5	11,1%	11	24,4%	13	28,9%	15	33,3%	171	3,80
10	Perilaku Setelah Pembelian 2	0	0,0%	6	13,3%	12	26,7%	11	24,4%	16	35,6%	172	3,82
RATA-RATA		0,2	0%	5,0	11%	11,7	26%	12,0	27%	11,6	26%	151,3	3,4

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Kembali

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pernyataan pertama yaitu Saya mudah mengenali jasa Pt Kirim Kirim Internasional sebagai penyedia layanan *freight forwarding* merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 46,7% responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pernyataan ketiga yaitu Informasi mengenai jasa Pt Kirim Kirim Internasional tersedia di berbagai media merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 31,1% responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa pernyataan kelima yaitu Saya merasa bahwa Pt Kirim Kirim Internasional memberikan nilai tambah dibanding kompetitor lain merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk untuk menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 33,3% responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pernyataan ketujuh yaitu Pt Kirim Kirim Internasional memberikan rasa aman saat saya menggunakan layanannya merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Sebanyak 33,3% responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa pernyataan kesembilan yaitu Setelah menggunakan jasa Pt Kirim Kirim Internasional, saya merasa puas

dengan layanan yang diberikan merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional.

4.1.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji kualitas data dilakukan setelah mengetahui perbedaan dalam jawaban responden. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan apakah berbagai pernyataan atau indikator yang digunakan valid dan kredibel. Ini sangat penting karena salah satu persyaratan untuk pengujian data adalah bahwa data harus valid dan dapat diandalkan. Hasil uji kualitas data, termasuk uji validitas dan reliabilitas, disajikan berikut ini.

4.1.3.1 Uji Validitas

Uji kualitas data dilakukan setelah mengetahui perbedaan dalam jawaban responden. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan apakah berbagai pernyataan atau indikator yang digunakan valid dan kredibel. Ini sangat penting karena salah satu persyaratan untuk pengujian data adalah bahwa data harus valid dan dapat diandalkan. Hasil uji kualitas data, termasuk uji validitas dan reliabilitas, disajikan berikut ini.

No.	pernyataan	r_{hitung}	Simpulan	Keterangan
1	*Sense* (panca indra) 1	0,484	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
2	*Sense* (panca indra) 2	0,364	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
3	*Feel* (perasaan) 1	0,318	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
4	*Feel* (perasaan) 2	0,538	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
5	*Think* (cara berpikir) 1	0,473	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
6	*Think* (cara berpikir) 2	0,362	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
7	*Relate* (pertalian) 1	0,355	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
8	*Relate* (pertalian) 2	0,314	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
9	*Act* (tindakan) 1	0,299	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
10	*Act* (tindakan) 2	0,566	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Custumer Experience

Data dari tabel di atas pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} yang dihitung dengan SPSS (Terlampir) lebih besar dari nilai r_{tabel}, sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang kecenderungan variabel *Customer Experience* adalah valid dan dapat di gunakan pada pengujian berikutnya.

No.	Pernyataan	r_{hitung}	Simpulan	Keterangan
1	*Easy to Learn 1*	0,433	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
2	*Easy to Learn 2*	0,517	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
3	*Clear and Understandable 1*	0,540	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
4	*Clear and Understandable 2*	0,578	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
5	*Easy to Become Skillful 1*	0,351	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
6	*Easy to Become Skillful 2*	0,550	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
7	*Flexible 1*	0,522	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
8	*Flexible 2*	0,346	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
9	*Easy to Use 1*	0,446	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
10	*Easy to Use 2*	0,320	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Kemudahan Proses

Data dari tabel di atas pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} yang dihitung dengan SPSS (Terlampir) lebih besar dari nilai r_{tabel}, sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang kecenderungan variabel Kemudahan Proses adalah valid dan dapat di gunakan pada pengujian berikutnya.

No.	pernyataan	r_{hitung}	Simpulan	Keterangan
1	Keandalan 1	0,433	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
2	Keandalan 2	0,526	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
3	Daya Tanggap 1	0,715	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
4	Daya Tanggap 2	0,325	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
5	Jaminan 1	0,323	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
6	Jaminan 2	0,403	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
7	Empati 1	0,407	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$

8	Empati 2	0,456	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
9	Bukti Fisik 1	0,441	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
10	Bukti Fisik 2	0,419	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Kualitas Pelayanan

Data dari tabel di atas pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} yang dihitung dengan SPSS (Terlampir) lebih besar dari nilai r_{tabel}, sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang kecenderungan variabel Kualitas Pelayanan adalah valid dan dapat di gunakan pada pengujian berikutnya.

No.	pernyataan	rhitung	Simpulan	Keterangan
1	Pengenalan Masalah 1	0,446	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
2	Pengenalan Masalah 2	0,348	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
3	Pencarian Informasi 1	0,455	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
4	Pencarian Informasi 2	0,440	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
5	Evaluasi Alternatif 1	0,372	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
6	Evaluasi Alternatif 2	0,484	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
7	Keputusan Pembelian 1	0,357	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
8	Keputusan Pembelian 2	0,343	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
9	Perilaku Setelah Pembelian 1	0,435	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$
10	Perilaku Setelah Pembelian 2	0,533	Valid	Karena $r_{hitung} > 0,294$

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Atas Variabel Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Kembali

Data dari tabel di atas pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} yang dihitung dengan SPSS (Terlampir) lebih besar dari nilai r_{tabel}, sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang kecenderungan variabel Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Kembali adalah valid dan dapat di gunakan pada pengujian berikutnya.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk menentukan seberapa percaya suatu alat ukur apabila digunakan untuk mengukur fenomena yang sama

berulang kali. Jika jawaban responden atas kuesioner konsisten dari waktu ke waktu, kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya. Koefisien reliabilitas atau *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 atau lebih dianggap andal. *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel penelitian, baik independen maupun dependen, diberikan di bawah ini, berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS.

No.	Variabel	*Cronbach a*	Simpulan	Keterangan
1	*Customer Experience*	0,661	Reliabel	Karena *Cronbach a* > 0,6
2	Kemudahan Proses	0,696	Reliabel	Karena *Cronbach a* > 0,6
3	Kualitas Pelayanan	0,684	Reliabel	Karena *Cronbach a* > 0,6
4	Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Kembali	0,669	Reliabel	Karena *Cronbach a* > 0,6

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

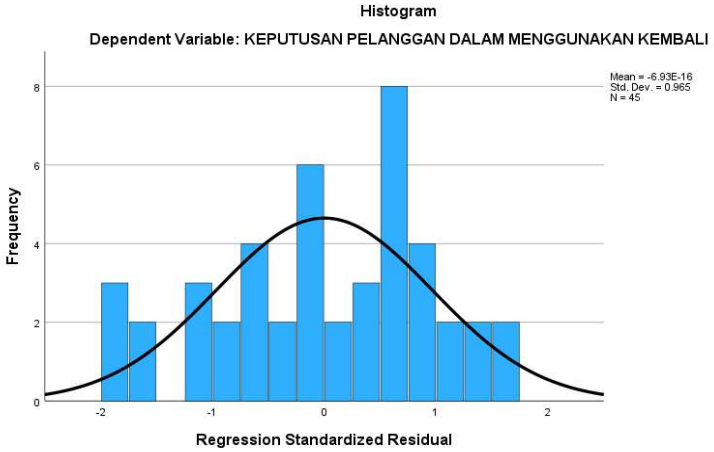
Menurut data di atas, semua nilai *Cronbach Alpha* pada Statistik Reliabilitas (terlampir) untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6, jadi instrumen penelitian ini dapat dianggap handal (*reliabel*) dan dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas adalah tiga uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Setelah uji kualitas data selesai, data dianggap layak untuk uji berikutnya. Dengan melakukan ketiga tes ini sebelum analisis regresi linier berganda, penelitian dapat memastikan bahwa asumsi dasar yang diperlukan untuk regresi linier telah dipenuhi, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan benar.

4.1.4.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah residual model regresi mengikuti distribusi normal. Uji F dan uji t menganggap bahwa residual harus berdistribusi normal. Hasil uji statistik mungkin tidak valid jika asumsi ini dilanggar, terutama untuk sampel yang kecil. Jika nilai *Asymp Sig* (2-*tailed*) lebih besar dari taraf nyata (α = 5%), residual dikatakan normal dalam analisis Kolmogorov-Smirnov. Gambar berikut menunjukkan uji normalitas dalam penelitian ini.



Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			45
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.68254373
Most Extreme Differences	Absolute		.118
	Positive		.059
	Negative		-.118
Test Statistic			.118
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.126
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.117
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.109
		Upper Bound	.125

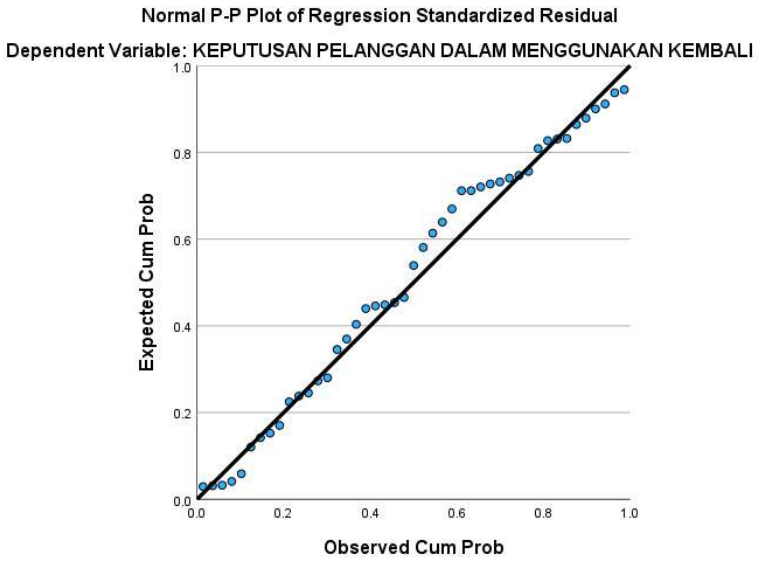
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1556559737.

Tabel 4. 11 Hasil Uji One Sample Kolmagorov-Smirnov

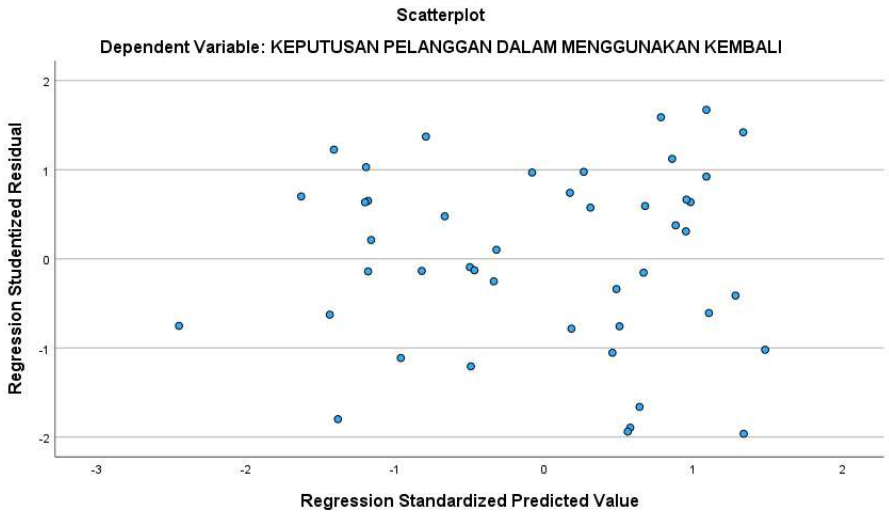


Gambar 4. 2 Grafik P-P Plot

Hasil grafik Normal P-P Plot atas menunjukkan bahwa variabel terdistribusi dengan normal, seperti yang ditunjukkan oleh data yang mengikuti dan mendekati garis diagonal. Ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan penggunaan kembali.

4.1.4.2 Uji Heteroskedasitisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah varian residual dalam model regresi berbeda antara pengamatan. Jika varian residual tetap sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, itu disebut homoskedastisitas; jika tidak, itu disebut heteroskedastisitas. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah pendekatan grafik. Hasil dari penggunaan pendekatan ini adalah sebagai berikut.



Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedasitas

Grafik scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola yang jelas, dan bahwa titik tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas, dan oleh karena itu cocok untuk memprediksi keputusan pembelian yang didasarkan pada variabel independen yang digunakan.

4.1.4.3 Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen. Ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 atau VIF kurang dari 5, maka tidak ada multikolinieritas. Hasil uji ini ditunjukkan di bawah ini.

COLLINEARITY STATISTIC			
Tolerance		VIF	
HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
0,671	>0,1	1,489	< 5
0,688	>0,1	1,454	< 5
0,623	>0,1	1,605	< 5

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikoleniaritas

Tidak ada multikolinieritas, menurut data dari tabel di atas, karena semua nilai toleransi variabel independen lebih dari 0,1 dan semua nilai VIF variabel independen kurang dari 5.

4.2 Pembahasan Dan Interpretasi Hasil Penelitian

4.2.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah memverifikasi bahwa semua data layak untuk analisis, langkah terakhir adalah menjalankan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menguji validitas kedua rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Persamaan regresi, uji F (simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji t (parsial) adalah bagian dari uji hipotesis.

4.2.1.1 Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) ditunjukkan dalam Tabel *Coefficients*. Tabel ini memberikan informasi yang memungkinkan untuk membuat sejumlah kesimpulan, termasuk persamaan regresi linier berganda.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.125	4.546		1.787	.081
	CUSTOMER EXPERIENCE	.402	.129	.418	3.126	.003
	KEMUDAHAN PROSES	.215	.113	.252	1.910	.063
	KUALITAS PELAYANAN	.168	.120	.195	1.404	.168

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN KEMBALI

Tabel 4. 13 Persamaan Regresi Linier Berganda

Dilihat dari nilai *Unstandardized Coefficients beta* di atas, maka dapat di tentukan persamaan regresi linear berganda yang di hasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = 8,125 + 0,402X_1 + 0,215X_2 + 0,168X_3}$$

Yang berarti bahwa:

a) Konstanta sebesar 8,125 yang berarti jika variabel *Customer Experience*, kemudahan proses, dan kualitas pelayanan di anggap nol maka variabel keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali sebesar 8,125.
b) Koefisien regresi variabel *Customer Experience* di peroleh nilai sebesar 0,402 yang berarti jika variabel *Customer Experience* mengalami peningkatan dan variabel kemudahan proses serta kualitas pelayanan tetap maka keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali akan mengalami penurunan sebesar 0, 402.
c) Koefisien regresi variabel kemudahan proses diperoleh nilai sebesar 0, 215 yang berarti jika variabel kemudahan proses mengalami peningkatan dan variabel *Customer Experience* serta kualitas pelayanan di asumsikan tetap maka keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali akan mengalami penurunan sebesar 0,215.
d) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 0,168 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan dan variabel *Customer Experience* serta kemudahan proses di asumsikan tetap maka keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali akan mengalami penurunan sebesar 0, 168.

4.2.1.2 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau Uji Simultan bertujuan untuk mengevaluasi seberapa signifikan pengaruh bersama-sama dari semua variabel bebas (independent), dalam hal ini *Customer Experience,* kemudahan proses, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat (dependent). Hasil Uji F dalam penelitian ini dapat ditemukan pada Tabel Anova yang terlampir.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.174	3	109.391	14.165	<,001[b]
	Residual	316.626	41	7.723		
	Total	644.800	44			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN KEMBALI

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN PROSES, CUSTOMER EXPERIENCE

Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Bisa disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} SPSS adalah 14,165 jauh lebih besar daripada nilai F_{tabel} 2,83 karena tabel yang disediakan menunjukkan nilai F_{hitung} SPSS adalah 14,165. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen *Customer Experience*, kemudahan proses, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional.

4.2.1.3 Koefisiensi Determinasi

Setelah variabel independen dianggap berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional, langkah selanjutnya adalah melihat seberapa besar pengaruhnya dengan melihat Tabel Model *Summary* dari hasil perhitungan

menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.713[a]	.509	.473	2.779	.509	14.165	3	41	<,001

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN PROSES, CUSTOMER EXPERIENCE

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN KEMBALI

Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,509 atau 50,9%. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari *Customer Experience*, kemudahan proses, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional sebesar 50,9% sedangkan sisanya sebesar 49,1% di pengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk kedalam penelitian ini, misalnya harga, promosi dan lain sebagainya.

4.2.1.4 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji t, juga dikenal sebagai uji parsial, adalah langkah terakhir yang harus dilakukan. Uji t berfokus pada pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen masing-masing jika Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, uji t akan digunakan untuk mengevaluasi bagaimana *Customer Experience*, kemudahan proses dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Di bawah ini adalah salinan tabel yang menunjukkan hasil uji t penelitian ini.

Variabel	T		sig.		kesimpulan
	t_{hitung}	t_{tabel}	hasil	a = 5%	
Customer Experence	3,126	2,017	0,003	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Kemudahan Proses	1,910	2,017	0,063	> 0,05	Berpengaruh Tidak Signifikan
Kualitas Pelayanan	1,404	2,017	0,168	> 0,05	Berpengaruh Tidak Signifikan

Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Untuk mengetahui H_0 maupun H_1 yang di tolak atau di terima maka dapat dilakukan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% (a = 0,05). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% (a = 0,05) adalah 2,017. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

a) Secara parsial *Customer Experience* berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional karena t_{hitung} (3,126) > t_{tabel} (2,017) dengan nilai signifikansi di bawah 0,05.
b) Secara parsial kemudahan proses berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional karena t_{hitung} (1,910) > t_{tabel} (2,017) dengan nilai signifikansi di atas 0,05.
c) Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional karena t_{hitung} (1,404) < t_{tabel} (2,017) dengan nilai signifikansi di atas 0,05.

4.2.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijelaskan di awal, hingga saat ini masih ada beberapa masalah yang terkait dengan keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tambahan dengan memanfaatkan variabel *Customer Experience*, kemudahan proses dan kualitas pelayanan, sehingga masalah-masalah terkait keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali setidaknya mulai terjawab.

Menurut karakteristik responden, penelitian ini memberikan gambaran yang luas tentang perilaku perusahaan dalam memilih jasa *freight forwarding*. Dengan mayoritas responden kurang dari 12 kali menggunakan jasa ini, dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini kurang aktif dan kurang produktif. Fakta bahwa frekuensi penggunaan jasa yang berulang, serta alasan utama untuk menggunakan kembali jasa ini yang terkait dengan pengalaman dalam

menggunakan jasa ini yang masih pasif. Hal ini dapat menjadi pembelajaran bagi perusahaan untuk terus meningkatkan sistem agar memudahkan pengguna dan kualitas pelayanan untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Dengan *Standarized Coefficient Beta* sebesar 0,418, pengalaman pelanggan merupakan variabel independen yang paling banyak memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan kembali jasa *freight forwarding* di Pt Kirim Kirim Internasional. Ini menunjukkan betapa pentingnya meningkatkan pelayanan yang responsif dan cepat, membangun hubungan yang baik, dan mengumpulkan umpan balik serta *reward* kepada pelanggan yang loyal. Dengan terus meningkatkan pelayanan, Pt Kirim Kirim Internasiona dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Pt Kirim Kirim Internasiona memiliki satu variabel independen yang signifikan yaitu pengalaman pelanggan. Perusahaan harus terus mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan sistem kerja untuk mempertahankan pelanggan agar menggunakan kembali jasa *freight forwading* Pt Kirim Kirim Internasional.