

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(STUDI KASUS PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURI (JNE) JL. HAMID RUSDI NO 125 BUNULREJO, BLIMBING, KOTA MALANG)

Ima Sayyidatun Nisa', Siti Saroh, Ratna Nikin Hardati

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: imaa0156@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan 1.kuesioner 2.observasi 3.wawancara. Hasil penelitian ini secara parsial dengan variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dihitung menggunakan hasil analisis regresi linier berganda bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen(Y), dan variabel Harga (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Secara simultan dengan variabel kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan analisis regresi linier berganda terdapat pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci:Kualitas pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research is done with the aim of knowing how much the quality of the ministry and the price to customer satisfaction. The methods used in this research are quantitative methods, data collection techniques using 1. Questionnaire 2. Observation 3. Interview. The results of this study partially with a quality service variable (X_1), the Price (X_2) on customer satisfaction (Y) calculated using the results of multiple linear regression analyses that the server quality variable (X_1) affects the satisfaction of Consumer (Y), and variable price (X_2) affect customer satisfaction (Y). Simultaneously with the variable service quality (X_1) and Price (X_2) to Customer satisfaction (Y) with the analysis of multiple linear regression there is a significant influence.

Keywords : Quality of Service, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa pada saat ini telah mengalami peningkatan yang sangat baik di bandingkan dengan tahun sebelumnya. Perkembangan yang dilihat dari sektor jasa ini meningkatnya kebutuhan konsumen pada industri jasa. Dengan demikian semakin majunya dari perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi maka akan semakin bersaing

dimana keberhasilan kompetensi ini di tentukan oleh tanggapan para konsumen yang sangat cepat.

Banyaknya kebutuhan masyarakat saat ini yang harus di penuhi maka menimbulkan berbagai jenis usaha yang bermunculan, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Semakin banyaknya produk atau jasa yang ada saat ini maka konsumen juga akan mempunyai berbagai kriteria untuk

memilih produk atau jasa yang akan mereka beli, maka dengan demikian perusahaan diuntut untuk semakin kreatif dan inovatif untuk menawarkan produk atau jasanya dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Kualitas jasa ialah tingkatan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, terdapat faktor lain dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan yaitu strategi penetapan harga. Strategi penetapan harga dalam pemasaran jasa ialah sangat penting karena produk yang ditawarkan oleh jasa layanan tersebut bersifat tidak berwujud, harga pada umumnya merupakan indikator yang menentukan kualitas barang atau jasa.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), badan usaha Indonesia yang bergerak pada bidang jasa. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1990, merupakan perusahaan yang terpercaya dalam pengiriman barang. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani pengiriman barang ke seluruh Indonesia bahkan sampai ke pelosok-pelosok desa, tidak hanya mengirim barang ke Indonesia bahkan pengirimannya barang hingga ke luar negeri. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) ialah salah satu perusahaan yang terbaik dalam jasa pengiriman barang, PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) juga menjadi perusahaan yang cukup di kenal oleh banyaknya masyarakat dan berkembang sangat pesat di dunia jasa. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) memiliki sistem pemasaran dan juga distribusi yang cukup baik, maka tidak sulit bagusnya untuk mengembangkan lebih baik lagi bisnis pengiriman barang yang sekarang semakin hari semakin ramai. Bantuan teknologi yang ada saat ini, PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) akan semakin banyak digunakan dan telah tersedia di berbagai daerah di seluruh Indonesia. Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) juga ada beberapa kelebihan, memiliki layanan *customer service* yang responsif dan cepat dalam menangani berbagai keluhan para konsumen, JNE memiliki banyak cabang yang bisa ditemukan dengan mudah, bahkan pada saat jam-jam setelah pulang kantor, maka para konsumen sudah tidak akan kebingungan dalam pengiriman barang, dengan adanya beberapa kelebihan dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) maka akan menyimpulkan bahwa para konsumen atau pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang baik dan juga akan merasakan kepuasan

tersendiri bagi para konsumen ataupun pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Mengetahui pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya, manfaat yang diharapkan yaitu:

1. Bagi Perusahaan
Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan untuk bahan pertimbangan dalam membuat suatu keputusan mengenai strategi bersaing. Selain itu juga dapat memberikan masukan sebagai bahan untuk meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.
2. Bagi Akademis
Bagi akademis penelitian ini memberikan refrensi guna penelitian selanjutnya yang mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, di samping itu juga dapat memberikan pengetahuan yang terkait pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Jasa

Menurut Rismiati dkk (2001:270) Jasa didefinisikan sebagai setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain dan merupakan barang tidak berwujud (*intangibile*) serta tidak berakibat pada kepemilikan akan sesuatu. menurut Yazid (2005:2) Pengertian jasa sejumlah ahli tentang jasa telah berupaya untuk merumuskan definisi

jasa yang konklusif, namun hingga sekarang belum ada satupun definisi yang diterima secara bulat.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan perlu mendapatkan perhatian yang lebih dari manajer, sebab kualitas mempunyai hubungan yang besar dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Kualitas yang buruk akan mengakibatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan. Apabila pelanggan merasakan bahwa kualitas pelayanan tidak memuaskan, maka kemungkinan besar pelanggan tidak akan membeli produk atau jasa pada perusahaan lagi. Bahkan mungkin pelanggan akan membeli dari pesaing yang menawarkan dengan kualitas yang baik. Menurut Lupiyoadi (2001:144) kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari satu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan.

Teori Harga

Menurut Rismiyati dkk (2001:214) Harga adalah suatu barang yang digunakan untuk menggantikan nilai barang tersebut apabila ditukarkan. Harga adalah sejumlah nilai pengganti dalam pertukaran barang atau jasa. Menurut Basu Swasta dalam E. Catur Rimiati dkk (2001:215) harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya.

Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2004:348) Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Chandra (2002:6) produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran. Secara sederhana, kualitas

bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat, namun definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Kualitas pelayanan ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berkaitan dengan persepsi pelanggan apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka dengan demikian kualitas jasa yang bersangkutan akan dipresepsikan baik atau positif. Akan tetapi apabila jasa yang dirasakan oleh pelanggan lebih buruk dari apa yang diharapkan, maka dengan itu kualitas jasa dipresepsikan buruk atau negative. Oleh karena itu kualitas pelayanan tergantung dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan atau harapan pelanggan secara konsisten.

Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2001:158) harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Harga menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa yang dinilai oleh pelanggan, karena jasa bersifat tidak berwujud dalam harga pemasaran jasa yang sangat penting. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan kepada konsumen menjadi indikasi kualitas pelayanan seperti apa yang akan diterima konsumen, apabila harga yang tinggi dan manfaat yang didapatkan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Begitupun juga harga yang murah dan manfaat yang didapat oleh pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Hubungan Kualitas Pelayanan, Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Pelayanan merupakan faktor penting yang berkaitan dengan pelanggan. Perusahaan harus selalu memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pelanggan, jika kinerja karyawan berada di bawah harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan tidak puas, begitupun sebaliknya jika kinerja karyawan dapat memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan bukan hanya diukur melalui kualitas pelayanan saja tetapi juga dinilai dari strategi perusahaan dalam menetapkan suatu harga, karena harga merupakan indikator yang menentukan kualitas jasa.

Menurut Lupiyoadi (2001:158) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasakan bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2004:70) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

Parsial

Ho : Diduga variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Ha : Diduga variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Ho : Diduga variabel Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Ha : Diduga variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Simultan

Ho : Diduga variabel Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Ha : Diduga variabel Kualitas pelayanan (X1), harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif, metode ini adalah metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Jl. Hamid Rusdi No. 125 Bunulrejo, Blimbing, Kota Malang Jawa Timur. Akan dilakukan pada bulan April 2019.

Deskripsi Variabel

Menurut Sugiyono (2004:31) variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel pada penelitian ini ialah variabel independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan.

Jenis Jenis Variabel

Variabel independen/bebas (X)

Menurut Sugiyono (2004:33) Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen, variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

(X1) Kualitas Pelayanan

(X2) Harga

Variabel dependent/ terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2004:33) variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah : (Y) Kepuasan Pelanggan

Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi Menurut Sugiyono (2004:72) populasi merupakan wilayah generalisasi

yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2004:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Sampel diambil jika peneliti tidak mampu meneliti seluruh populasi, bila populasi besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti semua populasi dikarenakan waktu yang sangat terbatas, dana dan juga tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut adalah seluruh pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yaitu 60 pelanggan.

- 1) Penelitian ini menggunakan jumlah populasi yang tidak dapat di tentukan atau *nonprobability*. Oleh karena itu metode pengambilan sampel yang di gunakan adalah sampling aksidental. Menurut Sugiyono (2004) sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan di temui cocok sebagai sumber data.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik yaitu sebagai berikut :

1. Kuesioner atau Angket
Sugiyono (2011:142) kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden.
2. Observasi
Teknik ini dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti yaitu PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Blimbing, Malang.
3. Wawancara
Sugiyono (2012:137) wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan.

Instrumen Penelitian

Menurut Syofian (2013:75) instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat di gunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang di peroleh dari para responden yang di lakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan ialah skala likert.

Menurut Syofian (2013:50) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu, dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur di jabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi di jabarkan menjadi indikator, dan dari indikator di jabarkan menjadi sub indikator yang dapat di ukur, akhirnya sub indikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan yang perlu dijawab responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2004:172) uji validitas ialah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument kuisioner yang di gunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan apakah item-item yang tersaji dalam kuisioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang aka di teliti.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung (*Corected Item – Total Corelation*) dengan r tabel, uji valoditas sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan korelasi *product moment pearson's* yaitu dengan cara mengkorelasikan tiap pernyataan dengan skor total. Hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5%, nilai r tabel dapat diperoleh di mana $df = N-2$, dalam nilai N adalah jumlah sampel atau responden..

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten, suatu pertanyaan yang baik ialah pertanyaan atau pertanyaan yang jelas mudah dipahami dan memiliki interprestasi yang sama meskipun kepada responden yang berbeda dan waktu yang berlainan. Uji reabilitas menggunakan *cronbach's alpha*, suatu instrumen dikatakan *reliable* apabila *cronbach's alpha* lebih dari 0,6.

Teknik Analisis Data

Analisis Linier berganda

Registrasi linier berganda di gunakan apabila variabel bebas berjumlah dua atau lebih. Menurut Hasan (2010:225). Adapun bentuk rumus umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisiensi regresi

b_1X_1 = koefisien regresi variabel bebas X_1 dan X_2

X_1 = kualitas pelayanan

e = standart error

Uji Hipotesis

Menurut Fauzi (2018) hipotesis ialah kesimpulan sementara terhadap masalah, karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar adanya. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah di kumpulkan. Uji hipotesis ini diantaranya variabel X_1 (kualitas pelayanan), X_2 (harga), dan Y (kepuasan pelanggan), dengan menggunakan uji simultan sebagai berikut :

Uji t (uji parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan ialah sebagai berikut :

$H_0 : b_i < 0$, berarti variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

$H_a : b_i > 0$, berarti variabel independen (kualitas pelayanan, dan harga) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila t tabel > t hitung maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan apabila t tabel < t hitung maka H_0 di tolak dan H_a diterima.

Uji F (uji simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F hitung dari F tabel. Nilai F hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) kepuasan pelanggan (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah Perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Malang Sejarah JNE telah melalui proses yang cukup panjang sehingga menjadi salah satu perusahaan yang cukup diperhitungkan di Indonesia, tentu saja bagi masyarakat Indonesia nama perusahaan ini sudah tidak asing lagi, terutama bagi masyarakat Indonesia yang sering menggunakan untuk melakukan kegiatan menjual dan membeli barang via *online*. JNE merupakan singkatan dari Jalur Nugraha Ekakurir dengan nama resmi adalah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, perusahaan ini merupakan perusahaan pengiriman logistik terbesar yang mempunyai agen sebanyak 6.800 pada tahun 2018, JNE tidak memiliki syarat batas minimum jumlah dan berat pengiriman barang seperti jasa ekspedisi lainnya, JNE lebih focus pada pengiriman barang retail (satuan) tanpa ada batasan minimum.

Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 18 di atas , maka dapat di rumuskan persamaan regresi linier berganda yang di peroleh sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,971 + 0,116X_1 + 0,403X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan

X_1 = kualitas pelayanan

X_2 = harga

e = standart error

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

Y = Variabel terikat yang nilainya akan di prediksi oleh variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan yang nilainya di prediksi oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial di gunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang pada PT. Tiki Jalur Nugraha ekakurir (JNE) Kota Malang, untuk mengetahui pengaruh tersebut di gunakan uji t (t-test) dua arah (2-tail test) dengan cara membandingkan nilai hitung dengan

Uji parsial (Uji t)

variabel kualitas pelayanan (X1)

Kriteria hasil pengujian untuk uji parsial (uji t) pada masing- masing variabel adalah sebagai berikut :

- Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan.
- Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ada pada tabel 15 di atas di peroleh nilai $> (3,551 > 2,002)$ dengan taraf signifikan $(0,01 < 0,05)$, maka di tolak dan diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji parsial (Uji t) variabel harga (X2)

Kriteria hasil pengujian untuk uji parsial (uji t) pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara variabel harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel harga (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

$$t_{tabel} = \left(\frac{\alpha}{2, n - k - 1} \right) = t \left(\frac{\alpha}{2, 60 - 2 - 1} \right) = t (0,025; 57) = 2,002$$

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ada pada tabel 15 di atas di peroleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $(3,863 > 2,002)$ dengan taraf signifikan $(0,01 < 0,05)$, maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN PENELITIAN

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Malang

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini di buktikan dengan hasil analisis regresi di peroleh nilai $> (3,551 > 2,002)$ dengan taraf signifikan $(0,01 < 0,05)$, maka di tolak dan di terima. Artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) yang terdiri dari indikator : (a) *Tangibles* (bukti fisik), (b) *Reability* (kehandalan), (c) *Responsiveness* (ketanggapan), (d) *Assurance* (jaminan), (e) *Empathy* (empati). Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian terdahulu yang di lakukan Ignatius (2018), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bus PO Eka”. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji parsial sebesar 2,959 dan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Nilai signifikan yang lebih kecil dari pada 0,005 maka menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bus PO Eka.

- Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Malang

Hasil penelitian menunjukan secara parsial bahwa variabel harga (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di buktikan dengan hasil analisis regresi di peroleh dari $> (3,863 > 2,002)$ dengan taraf signifikan $(0,00 < 0,05)$, maka di tolak dan di terima. Artinya secara parsial variabel harga (X2) yang terdiri dari indikator (a) penetapan harga, (b) potongan harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini di dukung penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Ignatius (2018). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data hasil uji hipotesis secara parsial membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji parsial 2,517 dan nilai

signifikan $0,00 < 0,05$. Nilai signifikan lebih kecil daripada 0,05 menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakuri (JNE) Kota Malang Penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan analisis nilai $> (19,410 > 3,16)$ dengan taraf signifikan $0,00 < 0,05$, maka ditolak dan sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian ini di dukung penelitian terdahulu yang dilakukan Ignatius (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bus PO Eka Yogyakarta”. Berdasarkan penelitian dan analisis data hasil uji hipotesis secara simultan membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji simultan sebesar 12,024 dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Nilai signifikan yang lebih kecil dari pada 0,05 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, di ketahui nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,637 dan nilai koefisiensi determinasi (R Square) sebesar 0,405 (40,5%). Hal ini menunjukkan bahwa 40,5% kepuasan pelanggan yang mengirimkan barang melalui PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Kota Malang di pengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga sebagai sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
4. Variabel yang dominan antara Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Penentuan

variabel bebas yang paling berpengaruh pada variabel terikat (Y) dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lainnya, variabel Berdasarkan pada Tabel 22 di atas dapat di ketahui bahwa variabel bebas mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat. Terdapat dua variabel bebas pada penelitian ini yakni variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2), variabel kualitas pelayanan memiliki nilai beta 0,379 dengan signifikan $0,001 < 0,005$, dan variabel harga memiliki nilai beta 0,413 dengan signifikan $0,001 < 0,005$. Semua variabel sama-sama memiliki pengaruh karena $>$, variabel kualitas pelayanan dan juga variabel harga sama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Akan tetapi dari kedua variabel tersebut ada yang lebih dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil uji parsial (uji t) tertera di atas dapat di simpulkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan adalah harga dengan nilai beta 0,413 dengan arah pengaruh positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian secara parsial (uji t) variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,551 dan t_{tabel} sebesar 2,002 dengan nilai taraf signifikan $0,00 < 0,05$. Artinya $t_{hitung} 3,551 > t_{tabel} 2,002$ dapat di simpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a di terima.
2. Pengujian secara simultan (uji f), dapat diketahui bahwa diperoleh perhitungan f_{tabel} didapatkan nilai sebesar 3,16 di lihat pada tabel distribusi nilai f_{tabel} . Pada tabel F di atas di dapatkan nilai f_{hitung} sebesar 19,410. Artinya $f_{hitung} (19,410) > f_{tabel} (3,16)$ dan nilai sig $0,00 > 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) atau H_o ditolak dan H_a diterima.

3. Berdasarkan hasil dari penentuan variabel yang paling dominan, variabel harga (X2) adalah variabel yang memiliki koefisien beta paling besar, sebesar 0,413. Artinya variabel kepuasan pelanggan (Y) lebih banyak di pengaruhi oleh variabel harga (X2).

Saran

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan, di sarankan kepada perusahaan agar memberikan pelayanan pada pelanggan yang mengirimkan barang tetap memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (bukti fisik), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) sehingga

pelanggan yang mengirimkan barang tetap puas dengan pelayanan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Malang dan mengingat bahwa variabel harga merupakan variabel yang dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di sarankan perusahaan tetap memberikan harga sesuai dengan pelayanan yang di peroleh pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan persepsi, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Gregorius.(2002), *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta.
- Fauzi, Ahmad, (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Kurir di Kantor Pos Cimahi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpad.
- Lupiyoadi, Rambat, (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Primadiawan, Ignatius Angga Prasetya. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO EKA Pada Pelanggan Bus PO EKA Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Rismiati, E. Catur – Ig. Bondan Suratno. (2001). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta. Kanisius.
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Akasara.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Yazid. (2005). *Pemasaran dan Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta. Ekonisia.