

# PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 1, 2020 | Hal. 440 - 456

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA JNE CABANG COROLET, DAERAH TANGERANG SELATAN)

Putri Nafra Berliana<sup>1)</sup>, Suharyati<sup>2)</sup>, Tati Handayani<sup>3)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

E-mail: [putrinafra28@gmail.com](mailto:putrinafra28@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada pelanggan JNE Cabang Corolet. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan membuktikan apakah kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan, Kelurahan Serua Indah, Kecamatan Ciputat. Sampelnya sebanyak 99 responden pelanggan JNE Cabang Corolet dengan metode *non-probability, purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada pelanggan JNE Cabang Corolet dalam bentuk *Google Form*. Teknik analisisnya yaitu menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan *Software Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*This study uses quantitative descriptive methods conducted on JNE Corolet branch customers. The purpose of this study is to analyze and prove whether JNE Corolet Branch customer satisfaction is influenced by service quality and price. The population in this study is JNE Corolet Branch customers in South Tangerang area, Serua Indah Village, Ciputat District. The sample is 99 respondents JNE Corolet Branch customers using non-probability methods, purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to JNE Corolet Branch customers in the form of Google Forms. The analysis technique is using the Partial Least Square (PLS) method with Smart PLS 3.0 Software. The result showed that service quality has a significant effect on customer satisfaction. For the variable price does not significantly influence customer satisfaction.*

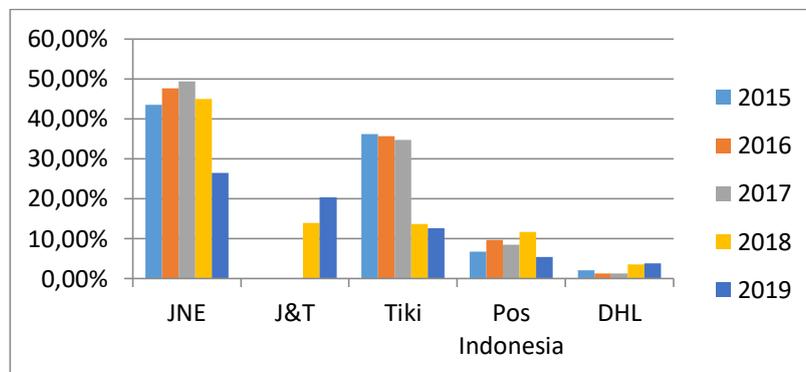
*Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi ini semakin pesat. Hal ini terjadi karena perubahan di dunia baik di bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Hal ini juga berdampak pada perkembangan struktur perekonomian secara global. Berkembangnya perekonomian menyebabkan munculnya perusahaan-perusahaan baru sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat, ini akan menjadi sebuah tantangan baru bagi perusahaan-perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan. Hal ini juga terjadi pada perusahaan-perusahaan ekspedisi di Indonesia.

Tingginya frekuensi pengiriman barang jasa pada perusahaan ekspedisi terjadi karena besarnya frekuensi pengiriman pada penjualan online seperti lazada, *shopee*, tokopedia, dan lain-lain. Hal tersebut yang membuat pengiriman pada perusahaan ekspedisi semakin berkembang. Fenomena ini menyebabkan semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan *e-commerce*, membuka suatu peluang untuk perusahaan ekspedisi agar turut berperan dalam proses pengiriman barang jasa. Dari fenomena tersebut, dapat dilihat bahwa minat konsumen yang tinggi terhadap barang dan jasa. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan *e-commerce* yang berkembang pesat. perkembangan *e-commerce* ini mempengaruhi peningkatan terhadap distribusi pengiriman barang dan jasa, dimana pelanggan membutuhkan suatu pelayanan dengan kualitas yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Salah satu perusahaan ekspedisi yang paling diminati di Indonesia yaitu JNE. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman layanan jasa dan logistik yang bermarkas di Jakarta. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE) akan tetapi namanya lebih dikenal masyarakat dengan nama JNE. Terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan JNE yaitu: urusan kepabean, impor barang, dokumen dan pengiriman barang jasa. Berikut ini data dari *top brand award* yang menggambarkan perusahaan ekspedisi di Indonesia:



Sumber: *topbrand-award.com*

Gambar 2. *Top Brand Award* 2015-2019

Berdasarkan data diatas, JNE menempati peringkat pertama sebagai perusahaan ekspedisi yang paling diminati di Indonesia. Namun pada data di atas dari tahun 2018 ke - 2019 terdapat penurunan penggunaan jasa JNE. Salah satu hal yang dapat menyebabkan turunnya penggunaan jasa JNE tersebut adalah akibat menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan. Menurunnya kualitas pelayanan karena kurangnya perhatian dari perusahaan JNE. Jika JNE ingin kembali menaikkan kepercayaan pelanggan mereka salah satunya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar tercapainya kepuasan pelanggan.

Pelanggan akan merasa puas apabila penentuan harga sesuai dengan kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wihananto (2019) bahwa kualitas layanan dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, sedangkan kualitas layanan dan harga secara bersamaan telah mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif.

Dengan memahami keinginan dan harapan pelanggan dari kualitas pelayanan yang disediakan, maka akan didapat nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Cahyati & Seminari, 2020) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan pada layanan ekspedisi semakin meningkat. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Khamali dkk, 2018) kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, teori yang terkait, objek yang sama, variabel yang sama terjadi perbedaan hasil penelitian kualitas pelayanan. Maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan)”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka perumusan masalah yang ingin dilakukan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan?

Sesuai dengan permasalahan dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis dan membuktikan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan.
- b. Untuk menganalisis dan membuktikan harga yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Hawkins & Lonney dalam Tjiptono (2014, hlm. 101) indikator pembentuk kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kesesuaian Harapan  
Merupakan tingkat kesesuaian antara hasil jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan.
- b. Minat Berkunjung Kembali  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa tersebut.
- c. Kesediaan Merekomendasikan  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada orang lain.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Rusydi (2017, hlm. 30) mengatakan bahwa lima dimensi *service quality* (*servqual*) yang menghasilkan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* (Keandalan)  
*Reliability* atau reabilitas organisasi harus mempunyai kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan andal.
2. *Responsiveness* (Responsif)  
*Responsiveness* atau daya tanggap mencakup tindakan organisasi terhadap keluhan pelanggan, bantuan para staf terhadap pelanggan yang menyampaikan keluhan,

ketanggapan staf terhadap permintaan pelanggan dan kemauan memberikan layanan yang cepat.

3. *Assurance (kepastian)*

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan mereka.

4. *Empathy (empati)*

Penyediaan kepedulian dan perhatian individual kepada pelanggan.

5. *Tangibles (berwujud)*

*Tangibles* atau bukti fisik mencakup mekanisme kerja berbagai fasilitas yang digunakan, baik penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan material komunikasi.

## Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2013, hlm. 127) mengemukakan indikator –indikator harga sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga, yaitu merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli pelanggan.
2. Harga bersaing, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh pelanggan.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai manfaat yang dapat diperoleh pelanggan.

## Model Penelitian Empirik

### Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

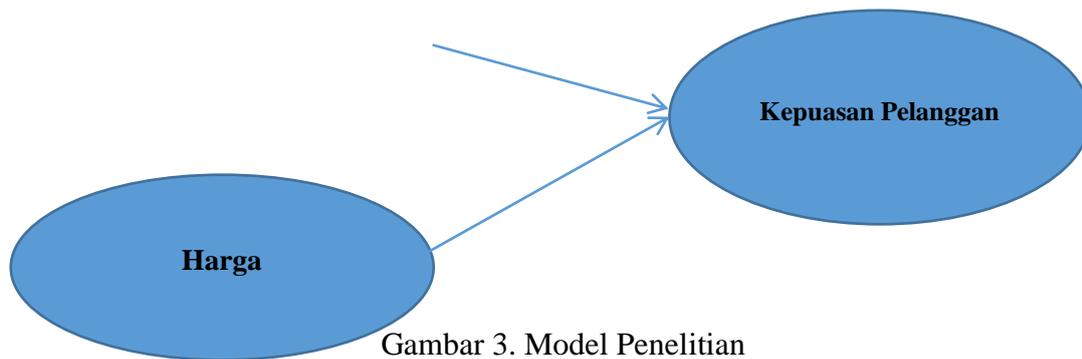
Tjiptono & Chandra (2017, hlm. 90) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Setyowati & Wiyadi, 2016) bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tjiptono & Diana (2016, hlm. 219), menyatakan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang didapatkan pelanggan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang didapatkan. Seringkali pula dalam penentuan nilai sebuah barang atau jasa, pelanggan membandingkan kemampuan barang atau jasa bersangkutan dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Herawati dkk, 2019) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 3. Model Penelitian

### Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengembangan hipotesis berfungsi untuk menemukan variabel yang berhubungan dalam penelitian. Beberapa penelitian dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga.

Berdasarkan perumusan masalah dan kajian empiris yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H1: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan.
- H2: Diduga Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengukuran Variabel

Tabel 5. Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	
Kepuasan Pelanggan (Y)		Kesesuaian Harapan	<i>Likert</i>	
		Minat Berkunjung Kembali	<i>Likert</i>	
		Kesediaan Merekomendasikan	<i>Likert</i>	
	Reabilitas	Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan	Memiliki standar pelayanan yang jelas	<i>Likert</i>
			Memberikan pelayanan cepat kepada pelanggan	<i>Likert</i>
		Setiap keluhan pelanggan direspon dengan karyawan	<i>Likert</i>	
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Jaminan	Mengatasi permintaan pelanggan yang mendesak	<i>Likert</i>	
		Pengetahuan Karyawan	<i>Likert</i>	
	Karyawan memberikan	<i>Likert</i>		

	jaminan tepat waktu dalam pelayanan	
Empati	Memprioritaskan kepentingan pelanggan	Likert
	Memberikan perhatian yang tulus pada pelanggan	Likert
	Memberikan perhatian yang bersifat individual pada pelanggan	Likert
Bukti Fisik	Penampilan fasilitas fisik kantor	Likert
	Peralatan yang digunakan	Likert
	Penampilan karyawan	Likert
	Keterjangkauan harga	Likert
Harga (X <sub>2</sub> )	Harga bersaing	Likert
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Likert
	Kesesuaian harga dengan manfaat Produk	Likert

Sumber: data diolah

### Populasi

Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi adalah pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan, Kecamatan Ciputat, Kelurahan Serua Indah. Di Kelurahan Serua Indah ada dua cabang JNE, tetapi saya lebih memilih JNE Cabang Corolet karena dekat dengan rumah.

### Sampel

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan *sampel non-probability sampling*. Menurut Suryani & Hendryadi (2015, hlm. 196) menjelaskan bahwa *non-probability sampling* yaitu seluruh anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk ditetapkan sebagai sampel penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Suryani dan Hendryadi (2015, hlm. 202) mengatakan bahwa *purposive sampling* yaitu sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

Dari teori diatas, maka kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sampel untuk seluruh responden pelanggan JNE Cabang Corolet yang bertempat tinggal di daerah Tangerang Selatan, Kelurahan Serua Indah, Kecamatan Ciputat.
2. Pelanggan JNE
3. Laki-laki dan Perempuan
4. Berumur 17 sampai diatas 49 tahun

Berdasarkan hasil survei yang saya lakukan, bahwa data pengguna JNE Cabang Corolet perbulan di Daerah Tangerang Selatan, Kelurahan Serua, Kecamatan Ciputat adalah 8.412. Saya memilih JNE Cabang Corolet karena lokasi dekat dengan rumah saya. Sampel

yang akan diteliti berdasarkan rumus slovin untuk pelanggan JNE yaitu sebanyak 99 sampel. Dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{8.412}{1 + 8.412 \cdot 0,1^2}$$
$$= \frac{8.412}{85,12} = 98,82518 = 99 \text{ sampel/responden}$$

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiarto (2017, hlm. 178) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan.

#### **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk *Google Form* kepada 99 responden pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan.

#### **Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner dalam bentuk *Google Form* kepada pelanggan JNE di daerah Tangerang Selatan. Kuisioner ini meliputi pengukuran variabel-variabel yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan kepuasan pelanggan yang diukur dengan menggunakan skala *likert*.

#### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan *Microsoft Excel 2010*.

### **Uji Validitas Dan Reliabilitas**

#### **Uji Validitas**

Untuk mengukur validitas konstruk, maka terdapat uji validitas konvergen dan diskriminan. Berdasarkan uji validitas konvergen, apabila nilai muatan faktor lebih besar sama dengan 0.5 s.d 0.6 (*factor loading*  $\geq 0.5-0.6$ ) dianggap cukup sebagai kriteria terpenuhinya validitas konvergen, Sedangkan berdasarkan uji validitas diskriminan, nilai akar AVE yang direkomendasikan yakni lebih besar dari 0,50.

#### **Uji Reliabilitas**

Untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, maka peneliti sering menggunakan *cronbachalpha*. Sedangkan menurut Ghazali (2014, hlm. 65) konstruk dinyatakan *reliable* apabila memiliki nilai *cronbachalpha* diatas 0.70.

#### **Uji t (Uji Signifikan Parameter Individual)**

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t. Uji statistik t mempunyai tujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara

individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $\beta_i$ ) sama dengan nol.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013, hlm. 97) menjelaskan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi besarnya antara nol sampai dengan satu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Objek Penelitian

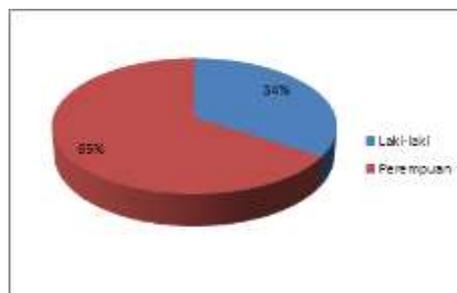
JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang dan jasa yang berada di Jakarta. Nama resminya yaitu TiKi Jalur Nugraha Ekakurir (TiKi JNE). JNE berdiri pada tanggal 26 November 1990 yang didirikan oleh H. Soeprapto Superano. Perusahaan ini didirikan sebagai sebuah divisi dari PT Citra Van Titipan Kilat (TiKi) yang berfokus pada kurir internasional, dari sinilah JNE terbentuk. Awalnya hanya terdapat 8 orang dan modal 100 juta rupiah, JNE memulai aktivitas usahanya yang berfokus pada urusan kepabean, impor barang, dokumen dan pengantaran dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan wilayah hingga ke internasional dan bergabung dalam organisasi asosiasi perusahaan kurir di banyak negara asia atau (ACCA). ACCA berada di Hongkong. ACCA ini suatu organisasi yang memberikan peluang untuk JNE mengembangkan wilayah antaran hingga ke seluruh dunia. Tidak sampai disini saja, sesudah bersaing dengan perusahaan di seluruh dunia, JNE ikut serta melakukan persaingan untuk pasar domestik. Lalu mereka membuat suatu keputusan agar memperluas jaringan di Indonesia.

Pengiriman barang dan jasa yang dilakukan oleh JNE selalu meningkat tiap tahunnya hal ini terjadi karena meningkatnya kebutuhan dan keinginan seseorang terhadap barang dan dokumen. Sehingga JNE memberikan suatu peluang pada masyarakat agar menjadi bagian dalam agen JNE. Hal tersebut dilakukan agar pengiriman barang dan jasa JNE semakin luas serta mudah terjangkau di wilayah Indonesia sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Selain itu, Jenis paket pengiriman barang dan jasa yang disediakan oleh JNE semakin berkembang antara lain: OKE (Ongkos Kirim Ekonomis), REG (Reguler), YES (Yakin Esok Sampai), dan SS (Super Speed).

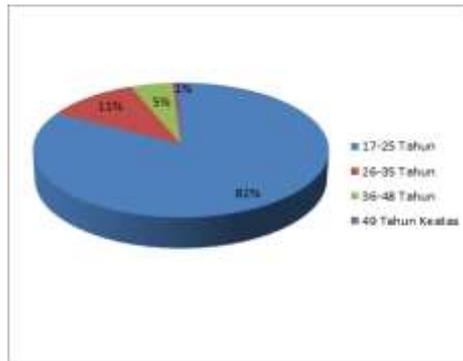
### Deskripsi Data Penelitian

### Deskripsi Data Responden



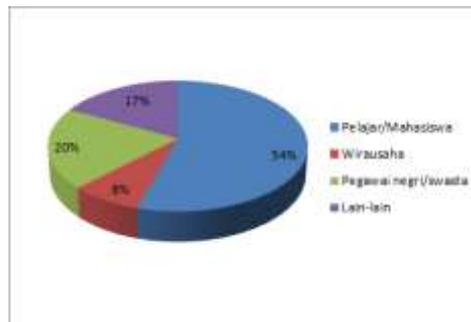
Sumber: data diolah

Gambar 6. Diagram Persentase Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin



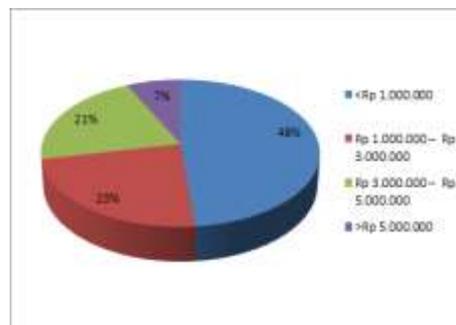
Sumber: data diolah

Gambar 7. Diagram Persentase Karakteristik Responden Menurut Usia



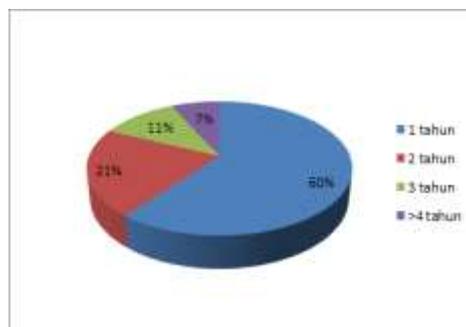
Sumber: data diolah

Gambar 8. Diagram Persentase Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan



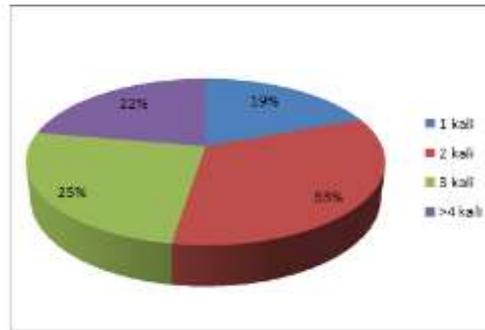
Sumber: data diolah

Gambar 9. Diagram Persentase Karakteristik Responden Menurut Penghasilan



Sumber: data diolah

Gambar 10. Diagram Persentase Karakteristik Responden Menurut Lamanya Menggunakan Jasa Ekspedisi JNE Cabang Corolet



Sumber: data diolah

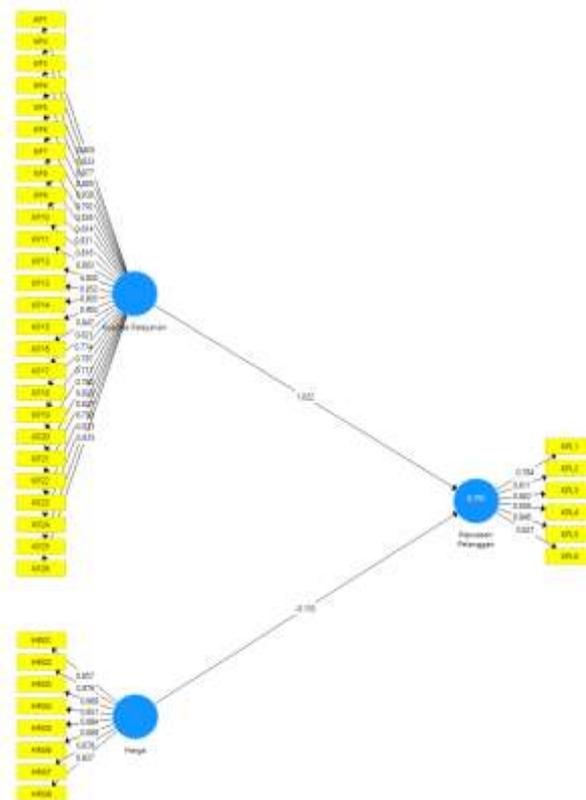
Gambar 11. Diagram Persentase Karakteristik Responden Menurut Jumlah Penggunaan Layanan Jasa Ekspedisi JNE Cabang Corolet Dalam Kurun Waktu 4 Bulan

### Analisis Data dan Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), lalu diolah menjadi 2 model, yaitu *outer model* dan *inner model*.

### Uji Validitas

Hasil uji validitas diagram jalur awal menggunakan *Smart PLS 3.0* menunjukkan diagram jalur yang berbentuk sebagai berikut:



Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.0

Gambar 12. *Outer Model*

Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai korelasi di atas 0,70 . Akan tetapi disebutkan pada riset tahap pengembangan Skala *loading* 0,50 – 0,60 masih bisa diterima (Ghozali, 2014 hlm. 39).

**Uji Validasi Konvergen**

Tabel 14. *Outer Loading Factor Output PLS*

Indikator	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Harga(X <sub>2</sub> )
KPL1	0,784		
KPL2	0,811		
KPL3	0,882		
KPL4	0,858		
KPL5	0,846		
KPL6	0,827		
KP1		0,805	
KP2		0,833	
KP3		0,877	
KP4		0,805	
KP5		0,838	
KP6		0,792	
KP7		0,836	
KP8		0,814	
KP9		0,831	
KP10		0,816	
KP11		0,803	
KP12		0,800	
KP13		0,852	
KP14		0,803	
KP15		0,903	
KP16		0,847	
KP17		0,821	
KP18		0,774	
KP19		0,787	
KP20		0,717	
KP21		0,780	
KP22		0,820	
KP23		0,827	
KP24		0,792	
KP25		0,825	
KP26		0,835	
HRG1			0,857
HRG2			0,876
HRG3			0,869
HRG4			0,851
HRG5			0,884
HRG6			0,869
HRG7			0,878
HRG8			0,837

Sumber: Hasil *output smart PLS 3.0*

### Uji Validitas Diskriminan

Tabel 15. *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,698
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,668
Harga (X <sub>2</sub> )	0,748

Sumber: Hasil *output smart PLS 3.0*

### Uji Reliabilitas

Tabel 16. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,913	0,933
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,980	0,981
Harga (X <sub>2</sub> )	0,952	0,960

Sumber: Hasil *output Smart PLS 3.0*

### Inner Model

Sesudah dilakukannya model pengukuran (*Outer Model*) langkah selanjutnya yaitu pengujian pada model struktural (*Inner Model*) dengan melihat *R-Square* dan nilai *t-statistic* hasil *output software Smart PLS 3.0*.

### R Square

*R Square* digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen pada penelitian ini. Hasil *output Smart PLS 3.0* yaitu sebagai berikut:

Tabel 17. Nilai *R-Square* dan *R-Square Adjusted*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Kepuasan Pelanggan	0,793	0,789

Sumber: Hasil *output Smart PLS 3.0*

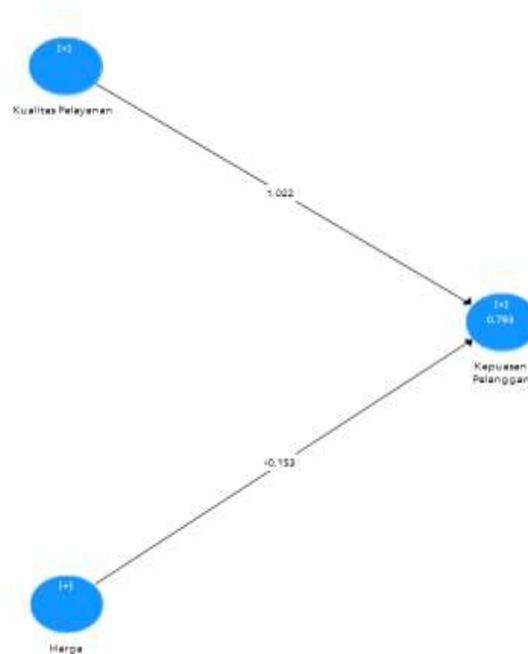
### Uji t-Statistik

Tabel 18. Uji t-Statistik

	Original Sampel (O)	T- Statistik ( O/STDEV )	P Values
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	1,022	8,749	0,000
Harga -> Kepuasan Pelanggan	-0,153	1,121	0,263

Sumber: Hasil *Output PLS 3.0*

Adapun hasil uji hipotesis dari hasil tabel di atas dapat digambarkan yaitu sebagai berikut:



Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.0

Gambar 13. Inner Model

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian diatas, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan atau bisa diartikan H1 diterima. Hal ini bisa dilihat dari nilai original sampel 1,022. Dari hasil perhitungan nilai t-Statistik menunjukkan nilai  $t_{hitung} 8,749 > t_{tabel} 1,985$  dan dari hasil perhitungan nilai signifikan (P Values) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Semakin kualitas pelayanan meningkat maka semakin meningkat juga kepuasan pelanggannya. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet di Daerah Tangerang Selatan, Kelurahan Serua Indah, Kecamatan Ciputat.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Cabang Corolet dapat memenuhi keinginan dan ekspektasi pelanggannya, sehingga menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan melakukan pembelian secara terus menerus, bahkan tidak menutup kemungkinan pelanggan akan merekomendasikan jasa ekspedisi JNE Cabang Corolet kepada orang-orang terdekat pelanggan agar menggunakan jasa ekspedisi JNE Cabang Corolet. Dengan pelayanan JNE Cabang Corolet yang baik dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan JNE Cabang Corolet. Hal ini bisa dilihat dari jawaban responden pelanggan JNE Cabang Corolet bahwa karyawan JNE Cabang Corolet selalu memprioritaskan kepentingan pelanggan dengan mengatasi permintaan pelanggan yang mendesak dan karyawan JNE Cabang Corolet selalu cepat tanggap dalam merespon keluhan pelanggan dengan komunikasi yang komunikatif dan informatif, serta mempertanggungjawabkan pengiriman barang jasa apabila terjadi kekeliruan dan diselesaikan dengan tepat waktu tanpa menunda-nunda. Artinya bagi JNE Cabang Corolet menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan sangatlah penting karena kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Keberhasilan perusahaan tergantung dari cara perusahaan memuaskan pelanggan. Dari semua hal diatas membuktikan bahwa indikator-indikator yang ada pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil penelitian di atas, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan negatif terhadap kepuasan pelanggan atau bisa diartikan H<sub>2</sub> ditolak. Hal ini bisa dilihat dari nilai original sampel sebesar -0,153. Dari hasil perhitungan nilai t-Statistik menunjukkan nilai  $t_{hitung} 1,121 < t_{tabel} 1,985$  artinya harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk nilai signifikan (P Values) sebesar  $0,263 > 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Corolet di daerah Tangerang Selatan, Kelurahan Serua Indah, Kecamatan Ciputat.

Bagi pelanggan JNE Cabang Corolet, harga bukan fokus utama dalam melakukan pembelian. Pelanggan JNE Cabang Corolet rela mengeluarkan uang berapapun asalkan kualitas pelayanannya baik. Kualitas pelayanan yang dimaksud yaitu layanan paket JNE Cabang Corolet dalam mengirimkan barang jasa selalu tepat waktu, JNE Cabang Corolet selalu mengatasi permintaan pelanggan yang mendesak, ketika pelanggan membutuhkan bantuan JNE Cabang Corolet langsung merespon keluhan pelanggan dengan cepat, karyawan JNE Cabang Corolet bersikap ramah dan sopan pada pelanggan, dan daftar harga JNE Cabang Corolet jelas karena sering melakukan update harga jika terjadi perubahan harga. Kualitas pelayanan yang baik ini membuat pelanggan merasa puas dan tidak ingin berpindah pada perusahaan lain serta selalu setia menggunakan jasa ekspedisi JNE Cabang Corolet. Sehingga dari kualitas pelayanan yang baik ini, pelanggan JNE Cabang Corolet tidak mempertimbangkan harga, karena pelanggan JNE Cabang Corolet lebih mementingkan kualitas pelayanan yang baik dibandingkan harga, maka bisa diartikan bahwa indikator-indikator yang ada pada harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat diartikan bahwa karyawan JNE Cabang Corolet selalu memprioritaskan kepentingan pelanggan dengan mengatasi permintaan pelanggan yang mendesak. Sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya bahwa indikator-indikator yang ada pada variabel harga tidak memberikan kontribusi yang besar perannya dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut disebabkan pelanggan JNE Cabang Corolet tidak menjadikan harga sebagai fokus utama dalam membeli. Akan tetapi pelanggan JNE Cabang Corolet lebih memilih mengeluarkan uang berapapun asalkan kualitas pelayanannya baik.

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu sebagai berikut: kualitas pelayanan JNE Cabang Corolet sangat baik, akan tetapi pada bagian butir pertanyaan kualitas pelayanan yang memiliki indeks terendah mengenai daftar harga, peneliti menyarankan agar JNE Cabang Corolet mempertahankan konsistensi kualitas pelayanannya yang sudah sangat baik dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Dilihat dari hasil penelitian, jawaban responden pelanggan JNE Cabang Corolet terhadap variabel harga yang memiliki indeks terendah pada bagian butir pertanyaan mengenai harga JNE Cabang Corolet lebih ekonomis dibandingkan pesaing lainnya, peneliti memberikan saran pada JNE Cabang Corolet agar menawarkan harga lebih bervariasi lagi. Hal ini tentu membuat pelanggan dapat menentukan harga yang sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan pelanggan serta kemampuan pelanggan dalam membeli dengan cara ini kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, T., dan Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali pers.
- Cahyati, N. K., dan Seminari, N. K. (2020). The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Effect of Service Quality and Marketing Experience on Repurchase Intention (Study in PT Pos Indonesia Expedition Services). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(2), 128–135.
- Darmanto, dan Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen-Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling-Metode Alternatif Dengan PARTIAL LEAST SQUARES (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Hendryadi, dan Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Herawati, Widodo, R., Isman, dan Wahid, D. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Jasa Exspedisi PT. JNE Cabang Muara Bungo). *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora (JASIORA)*, 3(3), 39–50.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A. (2017). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: Gramedia Widisarana Indonesia.
- Indriantoro, N., dan Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis - Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- Julius, Y., dan Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Khamali, A. F., Suddin, A., dan Sutarno. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pos Cabang Indonesia. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 12(2), 184–195.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, A. D., dan Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan

- Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT . GLOBAT JET EXPRESS ( J & T ) Surabaya. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Novia, H. E., dan Sutrisna, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di PekanBaru (Studi PT. Jne (Jalur Nugraha Ekakurir) PekanBaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–15.
- Panjaitan, J. E., dan Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Derema Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Peran Logistik Dalam Kemajuan E-Commerce. (2019). Supply Chan In Indonesia Diakses 7 Januari 2019, dari <https://supplychainindonesia.com/peran-logistik-dalam-kemajuan-ecommerce-indonesia/>.
- Rangkuti, F. (2016). *Customer Care Excellence*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sembiring, N. (2016). *Strategi Pemasaran Jasa: Teori Dan Aplikasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyowati, E., dan Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(2), 102–112.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif - Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran-Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Susilowati, & Handayani, T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 143–154.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, penerapan, Dan penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F., and Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3- Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Top Brand Award. (2019). Top Brand Index. Diakses 6 September 2019, dari [https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi\\_find=jne](https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=jne).
- Wihananto, A. (2019). The Effect of Quality Service and Price Upon the Customers Satisfaction (Case Study at TIKI Branch at JL. K. H. Sholeh Iskandar Bogor). *The Management Journal Of Binaniaga* , 4(1), 1–10.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuliati, A. L., dan Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk Dan Konsep Harga: Pendekatan Filosofis Dan Praktis*. Yogyakarta: Deepublish.