

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ekpedisi *JNE Express* Cabang MitraSerasi 034 Pondok Melati

¹*Fiqi Akbar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

fiqikbr@gmail.com

²Natal Indra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

natal.nia@bsi.ac.id

Alamat: Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Korespondensi penulis : fiqikbr@gmail.com

Abstrak. *This study aims to determine the Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in JNE Express Expedition MitraSerasi Branch 034 Pondok Melati. The type of research used in this study is a quantitative approach with data collection techniques using probability sampling. The population in this study was 83 customers and was sampled using the slovin formula, which was 45 respondents. The results of this study show that the service quality variable has a positive and significant influence on customer satisfaction and the price variable also has a positive and significant influence on satisfaction, this can be seen in the t value of the > t table, service quality (X1) 2,204 > 2,018 and price (X2) 2,309 > 2,018 and service quality and price simultaneously affect customer satisfaction on the JNE Express expedition MitraSerasi 034 Pondok Melati branch. This is because f calculates 16,582 > f table 3,214 and is supported by a significance value of 0.001.*

Keywords : *Service Quality, Price, Customer Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekpedisi *JNE Express* Cabang MitraSerasi 034 Pondok Melati. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan *probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 83 pelanggan dan di ambil sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 45 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, hal ini dapat di lihat pada nilai t hitung > t tabel, kualitas layanan (X1) 2.204 > 2,018 dan harga (X2) 2.309 > 2,018 dan kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi *JNE Express* cabang mitraSerasi 034 pondok melati. Hal ini disebabkan karena f hitung 16.582 > f tabel 3.214 dan didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Bisnis jasa pengiriman atau ekspedisi sangat berkembang pesat dan berdampak semakin banyaknya usaha baru yang di rintis. Dengan perkembangan teknologi di era globalisasi sekarang ini jasa pengiriman semakin dikenal oleh masyarakat yang membuat mereka menyukai segala sesuatu yang praktis, dalam mengirimkan barang kemanapun dan terjangkau di berbagai wilayah baik dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu jasa pengiriman juga di rasa sangat membantu para pelaku bisnis yang mengirimkan barang kepada pelanggan yang jauh dengan adanya jasa pengiriman sangat efektif dan efisiensi, Misalnya perusahaan penyedia jasa pengiriman yaitu PT. Tiki Jalur Nugraha EkaKurir

(JNE) yang bekerja sama dengan penjual *online shop* dan berbagai *marketplace* yang menggunakan jasa pengiriman tersebut, dengan adanya jasa pengiriman maka memudahkan pihak penjual dan pelanggan untuk mengantarkan barang pesanan sesuai dengan alamat tujuan.

Jalur Nugraha EkaKurier atau JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman logistik dan salah satu perusahaan ekspedisi barang di Indonesia. PT Tiki Jalur Nugraha EkaKurier memulai kegiatan usahanya dengan kepabeanan atau impor kiriman barang atau dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia, dengan visinya menjadi perusahaan logistic terdepan di negeri sendiri yang berdaya saing global, dan misinya adalah untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten. JNE express memanjakan pelanggannya dengan memberikan promosi terhadap produk dan layanan jasanya. Demi meningkatkan kepuasan dan respon positif dari pelanggannya. JNE sudah terbukti dengan jasa pengiriman banyaknya penghargaan yang sudah di raih.

2. KAJIAN TEORI

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Ini mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan dan efisiensi dalam penyampaian layanan, kejelasan dan kesopanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta kemampuan menangani masalah atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif. (Hedrio Prayoga, 2023)

Kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Ini mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan dan efisiensi dalam penyampaian layanan, kejelasan dan kesopanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, serta kemampuan menangani masalah atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif. Layanan berkualitas tinggi dapat membantu membangun hubungan positif antara pelanggan dan penyedia layanan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan. (Nursamsiah Nasution, 2022)

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut.(Santoso, 2019)

Harga adalah faktor penting di dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk menarik pelanggan. Setiap perusahaan berusaha menetapkan harga dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan kualitas produk yang akan dicapai konsumen untuk memenangkan persaingan (Linavathul Masruroh, 2023)

Penetapan harga atas jasa yang dikeluarkan seseorang atau organisasi merupakan kritis, karena dapat menunjang keberhasilan operasi dan memberikan pendapatan bagi perusahaan. Harga yang tepat dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat mempengaruhi penjualan dan keuntungan perusahaan (Hedrio Prayoga, 2023)

H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Menurut Greenberg, (2010:36) pelanggan merupakan individu atau kelompok yang mampu membeli barang dan jasa dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti harga, kualitas, lokasi, dan layanan untuk mencapai kepuasan tersendiri. Seseorang konsumen yang membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya biasanya akan merasakan kepuasan dan tidak dapat menggantikan produk lain (Andi Sawe Ri Ezzo, 2022)

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapan. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Pelanggan yang merasa puas biasanya tetap setia menggunakan produk dalam waktu yang lebih lama, membeli kembali ketika perusahaan mengembangkan produknya. Dan membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.(Rina Sukmawati, 2017)

H3 : Kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ekpedisi JNE *Express* Cabang Mitra Serasi 034 Pondok Melati”.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan Probability Sampling dan Non-Probability Sampling dengan populasi sebanyak 83 Pelanggan dan diambil sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 45 responden. Teknik analisis data meliputi uji instrumen, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis. Data diolah dengan software IBM SPSS Statistics 29.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R Hitung	R tabel 0,5%	Keterangan
Kualitas Layanan X1	1	0,635	0,288	Valid
	2	0,680	0,288	Valid
	3	0,725	0,288	Valid
	4	0,630	0,288	Valid
	5	0,641	0,288	Valid
	6	0,766	0,288	Valid
	7	0,759	0,288	Valid
Harga X2	1	0,832	0,288	Valid
	2	0,655	0,288	Valid
	3	0,726	0,288	Valid
	4	0,633	0,288	Valid
	5	0,739	0,288	Valid
	6	0,819	0,288	Valid
Kepuasan Pelanggan Y	1	0,531	0,288	Valid
	2	0,755	0,288	Valid
	3	0,758	0,288	Valid
	4	0,652	0,288	Valid
	5	0,677	0,288	Valid
	6	0,714	0,288	Valid
	7	0,657	0,288	Valid
	8	0,678	0,288	Valid

Sumber: Data yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 29 pada tahun 2024

Berdasarkan hasil Uji Validitas di atas, r tabel yang digunakan dengan nilai signifikan sebesar 5% yaitu 0,288. Data dapat dikatakan valid dilihat dari perbandingan r hitung dan r tabel, dimana dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (Sugiyono, 2023)

b. Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Reliabilitas
Kualitas Layanan X1	0,819	7	Baik
Harga X2	0,829	6	Baik
Kepuasan Pelanggan Y	0,832	8	Baik

Sumber: Data yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 29 pada tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh semua variabel dalam kategori baik atau reliable, karena data dikatakan valid apabila cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 (Sugiyono 2023)

Uji Hipotesis Secara Parsial**Tabel 3.** Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji T)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.739	4.097		2.621	.012
	Kualitas Layanan	.393	.178	.353	2.204	.033
	Harga	.443	.192	.369	2.309	.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 29 pada tahun 2024

Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan program spss statistics 29, nilai signifikansi Kualitas Layanan (X1) $0,03 < 0,05$ dan t hitung sebesar 2,204 lebih besar dari t tabel sebesar 2,018 maka hipotesis H1 diterima sehingga diketahui bahwa kualitas layanan positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan Hasil penghitungan menggunakan program spss statistics 29, nilai signifikansi Harga (X2) adalah $0,026 < 0,05$ dan t hitung sebesar 2,309 lebih besar dari t tabel sebesar 2,018 maka hipotesis H2 diterima sehingga diketahui bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikansi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Hipotesis Secara Simultan

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	233.400	2	116.700	16.582	<,001 ^b
	Residual	295.578	42	7.038		
	Total	528.978	44			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan						

Sumber: Data yang diolah dengan IBM SPSS Statistics 29 pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui nilai sig. adalah sebesar $0,01 < 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat di simpulkan bahwa hipotesis H3 diterima, bahwa kualitas layanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dan nilai ini di dukung dengan f hitung sebesar $16.582 > f$ tabel 3.214

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan serta pengujian hipotesis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE *Express* cabang mitraserasi 034, terdapat nilai t hitung sebesar 2,204 lebih besar dari pada t tabel 2,018, maka hipotesis di terima. H1 diterima
- b. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE *Express* cabang mitraserasi 034, terdapat nilai t hitung sebesar 2,309 lebih besar dari pada t tabel 2,018, maka hipotesis di terima. H2 diterima
- c. Berdasarkan hasil penghitungan pada uji f secara simultan Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE *Express* cabang mitraserasi 034, hal ini dapat di ketahui karena f hitung lebih besar dari f tabel , dimana f hitung $16.582 > f$ tabel 3,214

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diuraikan dalam kesimpulan di atas, penulis mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

Bagi kantor jasa pengiriman JNE *Express* cabang mitraserasi 034

- a. JNE *Express* cabang mitraserasi 034 diharapkan terus memberikan pelayanan yang baik dan mempertimbangkan kualitas layanan, harga dalam mengembangkan bisnisnya.
- b. Diharapkan JNE *Express* cabang mitraserasi 034 memperhatikan dan memperbaiki pelayanan ketika menerima komplain dari pelanggan
- c. Diharapkan JNE *Express* cabang mitraserasi 034 lebih mampu mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggan

DAFTAR REFERENSI

- Andi Sawe Ri Esso. (2022). *Manajemen Pemasaran* (M. E. Nia Kurnia Lestari (ed.)). PT Sada Kurnia Pustaka.
- Bagus Mohamad Gandhi Sutarso. (2008). *Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT.PLN(Pasero)Wilayah Semarang*. Diponegoro Semarang.
- Drs. Husein Umar, S.E., M.M., M. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Sukoco & P. Lubis (eds.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdian. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EKSPEDISI J&T EXPRESS DI BANDA ACEH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Gofur Abdul. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan*.
- Hasby Nurdalilah. (2019). *Hasby, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur*.
- Hedrio Prayoga. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Produk Indihome PT TELKOM Witel Bekasi*.
- Jilan Najilah Salsabila. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Leo N VesT Bekasi*.
- Linavathul Masruroh. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Tebet Kota Jakarta Selatan*.
- Marati Nafisa Choirul. (2016). *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen gojek di Surabaya)*.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA EKPEDISI JNE EXPRESS CABANG MITRASERASI 034 PONDOK MELATI**

- Moh Syeh Abdul Qodir Jaelani. (2023). *Pengaruh Faktor Kualitas Produk dan Harga Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Produk Mixue Studi Kasus Pada Konsumen Mixue Di Daerah Tebet Jakarta Selatan.*
- Nur Fitriani. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Expres Talasalampang Makasar.*
- Nursamsiah Nasution. (2022). *Kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Ini mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan dan efisiensi dalam penyampaian layanan, kejelasan dan kesopanan dala.*
- Philip Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Ancela Anitawati Hermawan. SE.MBA (ed.); Pertama). Salemba Empat.
- Putri Utari. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Gowata Sakti Motor.* 32.
- Rina Sukmawati. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yograkarta.*
- Rizqi Adzani Amelia. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen pada PT. Alun Indah Cakung.*
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sasongko, S. R. (2021). *Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran).* *Jurnal ilmu manajemen terapan.*
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mie gacoan di bekasi timur.*
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi).*
- Susi Susanti. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffe RR Pekanbaru.*
- Tiara Sepiyanih. (2023). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap keputusan pembelian Rumah Di Perumahan Rizki Puri Desa Srijaya.*
- Woen, N. G., & Santoso, S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. 2021.
- Yulianti. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Papa Ong di Kota Makasar.* https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PLAN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf