

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG J&T EXPRESS DI MARTADHINATA KAB BANGKALAN

Amriyana Faradila Rizki Hidayati  
Pendidikan Ekonomi  
STKIP PGRI BANGKALAN  
[Amriyanafaradila23@gmail.com](mailto:Amriyanafaradila23@gmail.com)

### *Abstrak*

*Penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Di Martadhinata Kab Bangkalan. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan. Sampel yang diambil menggunakan teknik sampling insidental, sehingga diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Hasil dari penelitian, ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di buktikan dengan  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$  sebesar  $4,391 > 1,67866$ , maka di simpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan  $0,000 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Sehingga  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Tarif pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di buktikan  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$   $2,493 > 1,67866$ , maka dapat di simpulkan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan  $0,016 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen, Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di buktikan dengan  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$   $2,086 > 1,67866$ , maka dapat di simpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan  $0,043 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sehingga Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas mempunyai nilai nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $23,925$  sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Mempunyai pengaruh pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen.*

*Kata – Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Tarif Pengiriman, Fasilitas.*

### *Abstract*

This study was made to analyze the effect of the influence of service quality, shipping rates and facilities on customer satisfaction at J&T Express Shipping Services in Martadhinata, Bangkalan Regency. The population in this study is the J&T Express company, Martadhinata, Bangkalan Regency. Samples were taken using incidental sampling technique, in order to obtain a sample of 50 respondents. The results of this study indicate that service quality has an effect on customer satisfaction as evidenced by T-count > T-table of  $4.391 > 1.67866$ , so it can be concluded that service quality has a positive and significant effect on  $0.000 < 0.05$  partially on customer satisfaction. Therefore,  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Shipping rates have an effect on customer satisfaction, it is proven that T-count > T-table  $2.493 > 1.67866$ . It can be concluded that shipping rates have a positive and significant effect  $0.016 < 0.05$  partially on customer satisfaction, therefore,  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Facilities have an effect on customer satisfaction as proven by T-count > T-table  $2.086 > 1.67866$ . Therefore, it can be concluded that the facilities have a positive and significant effect  $0.043 < 0.05$  partially on customer satisfaction, and  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. The quality of service, delivery rates and facilities have an F-value of  $23.925$  while F-table at a significance level of  $0.00 < 0.05$  so that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, and it has a positive influence simultaneously on customer satisfaction.

**Keywords:** *Service Quality, Shipping Rates, Facilities.*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Saat ini dunia bisnis berkembang semakin meningkat sebanding dalam meningkatnya permintaan masyarakat Indonesia terhadap produk dalam mencukupi kebutuhan. Besarnya kebutuhan masyarakat pada jasa pengiriman barang, merupakan peluang bagi bisnis itu tersendiri dan bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal ini bisa terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayapnya di bidang pengiriman barang. Erwin & Tumpal (2017:8) di Indonesia sendiri, industri layanan pengiriman barang merupakan prospek usaha yang tingkat pertumbuhan ekonominya bertumbuh pesat dari tahun ke tahun. Bukan hanya dalam perusahaan swasta, tetapi perusahaan yang

milik negara juga turut serta berbenah diri dan menerapkan sejumlah kemudahan didalam layanan jasa pengiriman barang.

Dalam menentukan kepuasan konsumen di J&T antara lain kualitas pelayanan yang baik dalam sebuah perusahaan akan menciptakan kepuasan konsumen. Jika konsumen sudah merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman lainnya jika konsumen sudah benar – benar merasa puas dengan pelayanannya mereka akan kembali dan menggunakan jasa itu kembali dan bakal memberikan rekomendasi kepada orang lain tentang perusahaan tersebut.

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2012:150). Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sebuah usaha, oleh karena itu harus di perhatikan kelayakannya. Contohnya kebersihan tempatnya, kelengkapan desain interior, dan lain – lain.

J&T Express adalah perusahaan jasa pengiriman yang berupa barang atau dokumen. J&T Express adalah perusahaan yang menggunakan IT dalam menawarkan jasanya. Perusahaan ini menawarkan antar jemput jasa paket kerumah sehingga konsumen tidak perlu mendatangi kantor J&T hal ini sesuai dengan simbol yang dimiliki J&T yang berbunyi antar jemput barang secara gratis.

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express ?.
2. Apakah kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express ?.

### **Tujuan Masalah**

1. Menganalisis apakah kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express
2. Menganalisis apakah kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express

### **Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis.
  - a. Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas dalam jasa pengiriman J&T.
  - b. Menjadi bahan masukan bagi kepentingan bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian lanjutan terhadap objek sejenis atau sejenis aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.
2. Manfaat praktis
  - a. Bagi peneliti
 

Sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti agar nantinya dapat mengetahui strategi pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas, serta memberikan pengalaman nyata sebagai acuan dalam memulai usaha.
  - b. Bagi kantor J&T Express Bangkalan
 

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi perusahaan J&T Ekspress dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam menganalisis kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas.
  - c. Bagi peneliti selanjutnya
 

Untuk peneliti-peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Peneliti menyarankan untuk menambah jumlah sampel untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan menambahkan variabel *marketing mix* atau variabel lainnya.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Kualitas Pelayanan**

Persaingan global global, sangatlah penting bagi suatu perusahaan untuk memperhatikan kualitas barang dan jasa serta pelayanan. Akhir akhir ini, perbaikan kualitas telah dijadikan tujuan strategi beberapa perusahaan di dunia, yang kemudian secara integral dijadikan bagaian dari budaya perusahaan. Perbaikan kualitas tersebut terangkum dalam Total Quality Management (TQM). Total Quality Management(TQM) merupakan bagian integral dari perbaikan kualitas

dan “corporate culture” Secara filosofis, TQM, nilai nilai, dan kerja keras tidak hanya di tunjukkan untuk mempertahankan kualitas barang dan jasa, tetap juga untuk mempertahankan kualitas usaha dan pelayanan kepada pelanggan. Yang artinya, kualitas harus menceminkan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Suryana, 2013:202).

#### **Macem Macem Kualitas Pelayanan**

- 1) Ketepatan (reability), yaitu rata rata kelalaian atau pengabaian
- 2) Daya taha (durability), berapa lama barang dan jasa tersebut dapat dipakai atau bertahan
- 3) Mudah digunakan (ease of use), barang dan jasa tersebut memberikan kemudahan untuk digunakan
- 4) Nama merek yang terkenal dan di percaya (know and trusted brand name)
- 5) Harga yang relatif rendah (*low price*)

#### **Tarif Pengiriman**

Menurut Tjiptono (2019:290). Menjelaskan bahwa tarif atau harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Tarif merupakan suatu pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran. Penetapan harga itu sangat penting dalam ebuah pemasaran. Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan atau pendapatan dalam perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) yang disebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel, artinya dapat berubah ubah dengan cepat. Harga dapat dinyatakan dalam berbagai istilah, contohnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorer, SPP, dan lain lain. *Faktor – faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga*

1. Tujuan pemasaran perusahaan
  - Mempertahankan kelangsungan hidup (*suival*) perusahaan, sisi laba, aliran kas, atau *Return On Investment (ROI)*.
2. Strategi bauran pemasaran
  - Keputusan harga dapat mempengaruhi evaluasi dari aktivitas berkenaan dngan variabel produk, distribusi dan promosi. Persepsi terhadap hubungan antara harga dan kualitas ini mempengaruhi citra keseluruhan konsumen terhadap produk suatu merek dan biasanya konsumen cenderung mengasosiasikan kualitas dengan harga mahal cenderung lebih mungkin membeli produk dengan nama merek yang terkenal dan kualitas yang bagus.
3. Biaya
  - Merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang di tetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar kepada spek stuktur dalam biaya.
4. Pertimbangan Organisasi
  - Pada perusahaan kecil, umumnya harga di tangani oleh divisi atau manager puncak dan pada perusahaan besar, seringkali masalah dalam penetapan harga ditangani oleh divisi atau manajer suatu produk. Dalam industri penetapan harga merupakan faktor kunci (misalnya perusahaan minyak, penerbangan luar angkasa). Biasanya perusahaan memiliki departemen penetapan harga tersendiri yang bertanggung jawab kepada departemen pemasaran atau manajemen puncak

#### **Fasilitas**

Menurut Tjiptono (2014:317), fasilitas adalah peralatan fisik yang disediakan oleh perusahaan sebelum suatu jasa ditawarkan kepada pengguna jasa. Dalam usaha jasa, fasilitas adalah suatu yang penting, oleh maka itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior, eksterior dan kebersihan harus dipertimbangan terutama yang berkaitan sama pelanggan. Persepsi yang diperoleh dai interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa terhadap konsumen. Menurut Tjiptono (2014:318) indikator fasilitas ada enam, yaitu pertimbangan / perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung

#### **Kepuasan Konsumen**

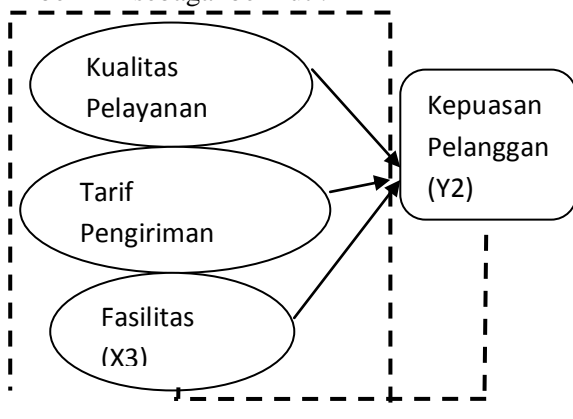
Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut Philip Kotler ( Danang Sunyoto, 2013:35), konsumen bisamengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira

## Sejarah J&T

Menurut Nurabidin, Faisal Rizki (2020:3). Pergeseran pasar dari tradisional ke pasar digital lewat media internet, menjadikan kebutuhan masyarakat sangat tinggi akan jasa ekspedisi. Perubahan ini terlihat pada hal pengiriman barang, yang sebelumnya lazim dilakukan oleh barang industri dan produksi, maka saat ini mulai didominasi barang-barang retail. Melihat peluang demikian, maka J&T hadir dengan menawarkan keunggulan yang kompetitif dan inovatif. Perusahaan penyedia jasa ekspedisi J&T dibangun tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2015. Pada hari itu secara resmi PT. Global Jet Express didirikan sekaligus meresmikan kantor pusatnya di pluit, Jakarta Utara. Meskipun perusahaan ini adalah perusahaan baru dibidang jasa pengiriman barang dan ekspedisi, namun J&T optimis akan menjadi jasa unggulan dan menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia. Prestasi yang berhasil diraih bisa dibilang sangat baik mengingat sejarah J&T sendiri tidak begitu panjang. Hal ini dikarenakan founder J&T, Jet Lee yang telah membangun jaringan Oppo Indonesia selama tiga tahun sebelumnya. Maka, Ketika J&T Express berdiri dan mulai beroperasi, mereka tidak harus memulainya dari nol karena sudah memiliki jalur-jalur distribusi di Indonesia. Selain Jet Lee sebagai founder sekaligus CEO pertama J&T, terdapat satu tokoh lagi yang sangat berpengaruh. Beliau adalah Robin Lo yang berperan sebagai managing 7 director atau tangan kanan langsung dari sang CEO saat J&T berdiri. Berkat strategi Robin yang ekspansif, dalam waktu singkat J&T Express mulai dikenal masyarakat luas dan menjadi penantang serius bagi perusahaan logistik yang sudah eksis puluhan tahun.

## Kerangka Konseptual

Berdasar Tujuan landasan teori dan penelitian yang relevan maka dapat disusun kerangka berfikir sebagai berikut :



Keterangan :

- : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial
- - -> : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan

## Hipotesis

### Hipotesis I

Ha : Diduga Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

H0 : Diduga Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

### Hipotesis II

Ha : Diduga tarif pengiriman secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

H0 : Diduga tarif pengiriman secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

### Hipotesis III

Ha : Diduga fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

H<sub>0</sub> : Diduga fasilitas secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

#### **Hipotesis IV**

H<sub>a</sub> : Diduga kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

H<sub>0</sub> : Diduga kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan

### **3. Metode Penelitian**

#### **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Desain penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian – kejadian relatif, distribusi dan hubungan – hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2015:64). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen J&T Express Cabang Bangkalan pada Tahun 2020. Sampel dari penelitian ini ialah konsumen minimal sudah 2 kali menggunakan jasa pengiriman di J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan pada tahun 2020. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental* merupakan teknik dalam penentuan sampel berdasarkan kebetulan jadi siapa yang nantinya akan bertemu dengan peneliti atau secara kebetulan bertemu dan dapat digunakan sebagai sampel.

#### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di kantor J&T di Martadhinata Kab Bangkalan. Waktu dalam melakukan penelitian ini dilakukan di bulan maret 2021

#### **Populasi**

Menurut Sudaryono (2017:165) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh si peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik dalam kesimpulannya (Sugiyono, 2015:80). Populasi dalam penelitian ini ialah para pelayanan yang menggunakan jasa pengiriman layanan pada J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan terdiri dari 50 pelanggan terdiri dari laki – laki 18 dan perempuan 32.

#### **Sampel**

Penelitian menggunakan *sampling Insidental*, *sampling insidental* merupakan teknik dalam penentuan sampel berdasarkan kebetulan jadi siapa yang nantinya akan bertemu dengan peneliti atau secara kebetulan bertemu dan dapat digunakan sebagai sampel

#### **Teknik Analisis Data**

##### **1. Uji Validitas**

Suatu tes atau instrumen bisa dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut melakukan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai. Data dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel dan mempunyai nilai positif (Ghozali, Imam, jika  $r <$  hitung tabel maka pertanyaan tidak valid, 2013: 52).

##### **2. Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas bisa dilakukan secara internal maupun eksternal. Pengujian secara internal bisa dilakukan dengan cara menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu, sedangkan pengujian secara eksternal dilakukan dengan cara *test-retest (stability)*, *equivalent*, atau gabungan dari keduanya (Sugiyono, 2017:354). Adapun kriteria dari uji reliabilitas adalah :

- 1) Apabila nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60 maka instrument kuesioner dinyatakan reliabel.
- 2) Apabila nilai Cronbach Alpha  $<$  0,60 maka instrument tidak reliabel.

##### **3. Uji Normalitas**

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk mengetahui bahwa data terdistribusi normal dan independen. Normalnya suatu data akan dianggap dapat mewakili populasi maka dari itu uji normalitas dianggap penting. Suatu data dianggap baik jika sudah berdistribusi normal (Sujarweni, V. Wiratna, 2015: 52). Data akan diuji dengan menggunakan metode KolmogorovSmirnov. Kolmogorov-Smirnov mempunyai kelebihan yaitu tidak menimbulkan perbedaan persepsi antar pengamat. Kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

Data dikatakan berdistribusi normal jika angka signifikansi (SIG)  $>$  0,05.

Data dikatakan tidak berdistribusi normal jika angka signifikansi (SIG)  $<$  0,05.



#### 4. Uji T dan Uji F

##### a. Uji F

Menurut Febriani, Nufian dan Wayan Weda Asmara Dewi (2018: 55) uji F digunakan untuk mengkaji sama atau tidaknya suatu rata-rata hitung dari tiga populasi atau lebih. Selain itu uji F berfungsi untuk mengetahui kemampuan generalisasi yang dilakukan oleh peneliti. Suatu data dapat dikatakan mewakili populasi yaitu saat sampel-sampel dapat digeneralisasikan. Hipotesis untuk uji F dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan

H<sub>a</sub>: Ada pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F:

1. Membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel. Apabila nilai F hitung lebih besar, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya
2. Apabila nilai Sig. lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak (Wiratna, V. Sujarweni, 2015: 115).

##### b. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji beda rata-rata sampel yang berjumlah kecil Selain itu uji t merupakan koefisien (parameter) hasil estimasi terhadap suatu hal nilai tertentu. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis untuk uji t dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan

H<sub>a</sub>: Ada pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan

Menurut Sujarweni, V. Wiratna (2015: 103) dasar pengambilan keputusan dalam uji t:

1. Jika t hitung > t tabel maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Jika t hitung < t tabel maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

2. Jika nilai signifikan > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Jika nilai signifikan < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

#### 4.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### Analisis Hasil Penelitian

##### Uji Validitas

**Tabel 1**

**Uji Validitas**

No.	Indikator	Rhitung	R tabel	Keterangan
1.	X1.1	0,318	0,2732	Valid
2.	X1.2	0,285	0,2732	Valid
3.	X1.3	0,713	0,2732	Valid
4.	X1.4	0,508	0,2732	Valid
5.	X1.5	0,540	0,2732	Valid
6.	X1.6	0,447	0,2732	Valid
7.	X1.7	0,546	0,2732	Valid
8.	X1.8	0,510	0,2732	Valid

9.	X2.1	0,692	0,2732	Valid
10.	X2.2	0,784	0,2732	Valid
11.	X3.1	0,457	0,2732	Valid
12.	X3.2	0,710	0,2732	Valid
13.	X3.3	0,749	0,2732	Valid
14.	X3.4	0,640	0,2732	Valid
15.	Y1.1	0,829	0,2732	Valid
16	Y1.2	0,798	0,2732	Valid

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien validitas tiap item pertanyaan lebih besar dari r tabel 5% ( $\alpha=0,05$ ) yang berarti tiap – tiap item variable adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item – item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variable kualitas pelayanan, tarif pengiriman, fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Reabilitas

**Tabel 2**

#### Uji Reabilitas

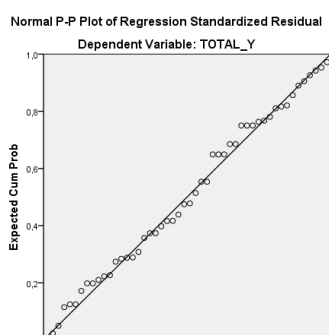
No.	Kategori	Cronbach's alpha	Criteria	Keterangan
1.	Kualitas pelayanan (X1)	0,693	0,06	Reliable
2.	Tarif Pengiriman (X2)	0,782	0,06	Reliable
3.	Fasilitas (X3)	0,756	0,06	Reliable
4.	Kepuasan Konsumen (Y1)	0,842	0,06	Reliable

Nilai reabilitas variable pada tabel 2 diatas memberikan indikasi bahwa kehandalan kuisisioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk tiap variable tersebut. Karena setiap nilai alpha melebihi nilai Cronbach's Alpha yaitu 0,06 maka semua variable adalah reliable

### Uji Normalitas

**Gambar 1**

#### Uji Normalitas



Dari Grafik Normal P-Plot diatas dapat disimpulkan bahwa penyebaran data ada grafik normal menyebar di sekitar garis diagonal dan terlihat titik-titik penyebarannya menjauh dari garis diagonal. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

## Pembahasan

### 1. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan sebagai unsur penting bagi sebuah perusahaan dalam bidang pengiriman jasa. Nilai t-hitung kualitas pelayanan 4,391 dan nilai t-tabel 1.67866 sehingga  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$  sebesar  $4,391 > 1.67866$ , maka di simpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan  $0,000 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Martadhinata. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap para pelanggannya maka akan semakin baik juga kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang akan di berikan oleh perusahaan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk atau jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas pelayanan.

### 2. Pengaruh tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan

Tarif pengiriman sebagai unsur terpenting bagi sebuah perusahaan dalam bidang pengiriman jasa, hal ini disebabkan karena tarif pengiriman merupakan bentuk dalam biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan dari barang berserta pelayanan dari suatu produk atau jasa. Menurut Deliyanti Oentoro (2012) Harga adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Berdasarkan hasil penelitian maka diketahui bahwa secara umum responden sangat setuju J&T Express Martadhinata memiliki tarif pengiriman yang terjangkau bagi semua kalangan. Hal ini dibuktikan konsumen yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan. J&T Express Martadhinata memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas pelayanan yang baik dan mempunyai sistem pembayaran yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran jasa yang diberikan, seperti melakukan pembayaran dapat dilakukan secara langsung, melalui shopeepay saat barang itu mau dikirim atau dibayar saat barang sudah di terima si penerima paket atau barang. Bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Hasil Nilai t-hitung tarif pengiriman 2,493 dan nilai t-tabel 1.67866 sehingga  $T_{Hitung} > T_{Tabel}$   $2,493 > 1,67866$ , maka dapat di simpulkan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan  $0,016 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Martadhinata Bangkalan. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa setiap indikator memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Srijani dan Hidayar, (2017) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 4. Pengaruh kualitas pelayanan, tarif pengiriman, fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data di ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, tarif pengiriman, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan ada beberapa yang harus di perhatikan oleh sebuah perusahaan, yang pertama perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik



kepada para pelanggannya. Kedua perusahaan harus memberikan tarif yang sesuai dengan kualitas yang diterima oleh pelanggan. Dan yang ketiga fasilitas juga harus memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan.

nilai  $F_{hitung}$  sebesar 23,925 lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $23,925 > 2,81$ ). Dan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$  artinya ada ke efektifan secara simultan (bersama-sama) antara Kualitas Pelayanan, Tarif Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian Kualitas Pelayanan sebagai unsur penting bagi sebuah perusahaan dalam bidang pengiriman jasa. Nilai t-hitung kualitas pelayanan 4,391 dan nilai t-tabel 1,67866 sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar  $4,391 > 1,67866$ , maka di simpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan  $0,000 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Martadhinata. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya, maka semakin baik juga kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan.

#### 2. Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen.

Nilai t-hitung tarif pengiriman 2,493 dan nilai t-tabel 1,67866 sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2,493 > 1,67866$ , maka dapat di simpulkan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan  $0,016 < 0,05$ .

#### 3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.

Nilai t-hitung fasilitas 2,086 dan nilai t-tabel 1,67866 sehingga  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $2,086 > 1,67866$ , maka dapat di simpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan  $0,043 < 0,05$  secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Martadhinata Bangkalan

#### 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, tarif pengiriman dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen ada beberapa yang harus di perhatikan oleh sebuah perusahaan, yang pertama perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, yang kedua untuk perusahaan harus memberikan tarif yang sesuai dengan kualitas yang diterima pelanggan dan ketiga fasilitas juga memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat di berikan penulis sebagai berikut :

1. Dalam pengiriman paket dan penjemputan paket harus terus memberikan pelayanan yang baik, terutama dalam ketepatan waktu pengiriman atau penjemputan paket konsumen dengan cepat. Sehingga konsumen merasa puas dan tidak komplain akan keterlambatan pengiriman atau penjemputan J&T Express Martadhinata Kab Bangkalan
2. Mempertahankan dan terus menerus melakukan dan mengembangkan promo, diskon kepada konsumen supaya konsumen tetap berlangganan dengan J&T Express Martadhinata. Seperti memberikan potongan harga bukan hanya daerah Bangkalan saja tetapi di luar kota juga dan memberikan diskon besar besaran pada hari Kemerdekaan Indonesia dan hari besar lainnya.
3. Bagi karyawan J&T Express Martadhinata tetap saling bekerja sama untuk menciptakan kinerja karyawan yang baik.
4. Bagi peneliti selanjutnya, di harapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Peneliti menyarankan untuk menambah jumlah sampel untuk mendapatkan data yang lebih akurat lagi dan menambah variabel *marketingmix* atau variabel lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

Danang, Sunyoto. (2013). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi

- Erwin & Tumpal, J.R. (2017). Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Vol. 13(2)*.
- Nurabidin, F. R. (2021). *Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan J&T Express Tambakberas Jombang* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Oentoro, D. (2012). Manajemen pemasaran modern. *Yogyakarta: Laksbang Pressindo..*
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, 7(1)*, 31-38.
- Sugiyono, (2015) Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi.
- Surdayono, (2017) Metodologi Penelitian.  
Jakarta: PT aja Gafindo Persada.
- Suryana (2013). Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses (Edisi ke-4). Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy (2019). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta. Cv Andi Offset.