

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE CABANG KWANYAR KABUPATEN BANGKALAN

Fina Islamiyah
Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
Finaislamiyah26@gmail.com

Abstrak

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah sampling aksidental, sebagai sampel yaitu 50 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). Ada pengaruh variabel kualitas pelayanan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 3,898 > t_{tabel} 2,011$. (2). Ada pengaruh variabel harga secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 2,261 > t_{tabel} 2,011$. (3). Ada pengaruh variabel kualitas pelayanan dan variabel harga secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} 38,565 > F_{tabel} 3,20$. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh 62,1% terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, kepuasan konsumen

Abstract

In this study, the researcher attempts to know how much influence service quality and price had on consumer satisfaction at JNE Kwanyar Branch, Bangkalan Regency. The approach used in this research is a quantitative approach. The population in this study were customers of JNE Kwanyar Branch, Bangkalan Regency. In this study the sampling technique used is accidental sampling as many as 50 respondents. The data collection techniques used in this research are questionnaires and documentation. From the research results, it can be shown that: (1). There is a partial effect of service quality on the variable of customer satisfaction. This is indicated by the value of t-count $3.898 > t\text{-table } 2.011$. (2). There is a partial effect of the price variable on the consumer satisfaction variable. This is indicated by the value of t-count $2.261 > t\text{-table } 2.011$. (3). There is a simultaneous influence of the service quality variable and the price variable on the consumer satisfaction variable. This is indicated by the value of F-count $38.565 > F\text{-table } 3.20$. The value of the coefficient of determination indicates that service quality and price affect 62.1% of consumer satisfaction while the remaining 37.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Quality of service, price, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan jasa pengiriman barang atau biasa disebut juga perusahaan cargo sangat pesat, Hal ini merupakan indikator bahwa perkembangan ekonomi Indonesia semakin baik. Sibuknya lalu lintas arus masuk barang dari luar negeri ataupun dari dalam negeri ke luar negeri bisa dilihat dari semakin menjamurnya perusahaan cargo worldwide yang membuka kantornya di Indonesia. Jasa pengiriman barang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik, dan lain-lain.

Jasa sering kali dipandang sebagai fenomena yang rumit. Kata jasa (service) mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (personal service) sampai dengan pengertian jasa sebagai produk. Menurut Moenir dalam Yudha (2011:17) pelayanan jasa pengiriman barang adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Sedangkan menurut Tjiptono dalam Yudha (2011:17) jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Secara umum pelayanan jasa pengiriman barang

adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien.

Banyak perusahaan baru yang menawarkan jasa kurir dipasar Indonesia membuktikan bahwa Indonesia mempunyai pangsa pasar yang luas dalam bisnis jasa kurir. Menurut Arianto (2015), banyaknya jasa kurir yang memanfaatkan pasar di Indonesia, maka diantara-antara perusahaan tersebut saling bersaing dalam kualitas pelayanan. Untuk itu dalam penelitian akan dikaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam jasa kurir melibatkan banyak perusahaan sehingga diantaranya saling bersaing untuk bisa mendapatkan keuntungan lebih besar dari perkembangan pasar kurir Indonesia. Selain itu mereka juga bersaing dalam mendapatkan tempat di hati konsumen.

JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang yang terletak di seluruh penjuru Indonesia, membuat seseorang semakin mudah melakukan transaksi melalui JNE. Selain itu JNE memperluas jaringan di Indonesia, perusahaan ini melayani pengangkutan pengiriman barang di berbagai wilayah Indonesia sesuai dengan rute tujuan barang yang akan dikirim dengan melihat bahwa potensi dan peluang dari industri ini yang prospektif dan persaingan dalam industri pengiriman barang semakin ketat, maka JNE berusaha untuk menjadi yang terbaik dan berusaha memenangkan persaingan yang ada. JNE sebagai penyedia jasa pengiriman barang dimana berfungsi menjadi penghubung antara pihak-pihak yang mempercayakan pengiriman barangnya melalui perusahaan tersebut, diuntut melakukan pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggannya baik pelanggan individu maupun pelanggan bisnis.

Di masa pandemi Covid-19 JNE tetap beroperasi dengan menyiapkan dua langkah utama yaitu, meningkatkan kapasitas internal dan jaringan UMKM. Secara internal JNE terus meningkatkan kapasitas dan kapabilitas perusahaan dengan pengembangan di sektor-sektor penting seperti, infrastruktur maupun jaringan, dan SDM. Peningkatan kapasitas dan kapabilitas ini memungkinkan perusahaan untuk terus melakukan inovasi demi menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan pengiriman masyarakat. Adapun secara eksternal, JNE terus mendukung kemajuan ekosistem, terutama ekosistem e-commerce di mana JNE memegang peranan penting sebagai salah satu pilar di dalamnya yaitu logistik. Oleh karena itu, produk layanan atau fasilitas untuk memudahkan jual beli online terus di tingkatkan, seperti halnya JNE menyediakan wadah bagi para UKM makanan dan oleh-oleh di seluruh Indonesia untuk menjual produk-produk mereka secara online. Hal itu tentu memaksa para pengusaha logistik untuk berinovasi dengan menciptakan layanan-layanan baru yang sangat berpengaruh pada kualitas pelayanannya.

Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan atau pengguna. Oleh karena itu, kualitas penyediaan layanan adalah dasar untuk pemasaran jasa. Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan".

Khususnya JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan dengan sejumlah kantor cabang pembantu telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan dari tanggapan itu dapat diketahui kelebihan dan kekurangan JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan oleh JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan.

Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan memberikan kepuasan melalui pelayanan dan harga terhadap konsumennya, diperlukan riset pemasaran. Informasi dari hasil riset pemasaran tersebut bertujuan mengetahui sikap dan perilaku para pelanggan terhadap apa yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan menjadi pelanggan JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya.

Secara umum, harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Namun tawar-menawar tidak bisa dilakukan disemua lini pemasaran. Selain itu, harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Perusahaan yang berhasil dinilai dari seberapa besar perusahaan itu mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang ditentukannya dalam menjual produk atau jasanya. Semakin tinggi penetapan harga, semakin tinggi pula keuntungan yang didapatkan perusahaan.

Kepuasan konsumen akan terbentuk jika dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan amat puas atau senang. Dengan demikian, kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan harga.

Menurut Nugroho dalam Purnomo Edwin Setyo (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas tadi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) dari kualitas pelayanan dan harga yang diharapkan konsumen.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan”.

Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan secara parsial?
2. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan secara parsial?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan secara simultan?

KAJIAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu :

- a. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik,, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik
- b. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.
- c. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai

dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik

Indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*),
yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan, kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan
2. Empati (*Empathy*),
yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
3. Keandalan (*Reliability*),
yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang disajikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*),
yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas
5. Jaminan (*Assurance*),
yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.

2. Harga

Harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa 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 (Deliyanti Oentoro, 2012). Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektifitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi. Langkah awal dalam penetapan harga adalah menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa.

Indikator yang mempengaruhi harga :

Terdapat tiga aspek kunci harga yaitu :

- 1) *Cost Function* (Fungsi Biaya)
Indikatornya meliputi: keterjangkauan harga dan harga diskon
- 2) *Competitor Price* (Harga Pesaing)
Indikatornya meliputi: Perbandingan harga dengan produk pesaing dan harga tertinggi dan harga terendah.
- 3) *Customer value* (Nilai Pelanggan)
Indikatornya meliputi: kesesuaian harga dengan nilai yang diterima pelanggan dan kesesuaian harga dengan kualitas.

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Untuk mengukur sebuah variabel diperlukan dimensi dan indikator dari variabel tersebut. Kepuasan Konsumen memiliki dua dimensi yaitu:

1. Kinerja

Kinerja adalah hasil nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumen. Dalam penelitian ini dimensi kinerja memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani penumpang dengan tepat.
- b. Kepuasan atas kesigapan karyawan dalam melayani penumpang.

2. Harapan

Harapan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan mengenai apa yang akan diterimanya. Dimensi Harapan memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Kepuasan atas terpenuhinya harapan penumpang.
- b. Kepuasan atas kemampuan perusahaan melayani penumpang dibandingkan dengan pesaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Nanang Martono (2015:215) dalam Sudaryono (2017:92) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yaitu sebuah metode yang bertujuan menggambarkan fenomena atau keadaan sosial yang terjadi dimasyarakat saling berhubungan satu sama lain. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2021. Penelitian ini dilakukan pada konsumen JNE Cabang Kwanyar. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini semua konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Aksidental. Menurut Ridwan, (2013:63) "sampling aksidental ialah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti. "Maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil oleh peneliti sebanyak 50 responden dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara tertentu yang dapat digunakan oleh seseorang peneliti yang mengumpulkan data (Sudaryono, 2017). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Angket (*self-administered questionnaire*)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 199). Setelah data terkumpul, data tersebut diolah dan diklasifikasikan untuk mengetahui tinggi, sedang dan rendahnya skor dari jawaban yang diberikan oleh responden. Skala yang digunakan peneliti adalah skala likert, skala likert diukur untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Sudaryono, 2017:170).

2. Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2017) menyatakan bahwa dokumentasi adalah metode yang di tuju untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, seperti buku-buku yang relevan, peraturan, laporan, kegiatan, foto dan lain-lain.

3. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini yang dicari pemecahnya yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar. Oleh karena itu, teknik analisis yang akan digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Adapun teknik analisis ini menerangkan tentang pengaruh atau penyebab antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Responden Menurut Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	23	46.0	46.0	46.0
	perempuan	27	54.0	54.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

Sumber : Data olahan SPSS 23

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa berdasarkan dari kelompok jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 23 orang atau 46% kemudian responden perempuan sebanyak 27 orang atau 54% dari 50 responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden perempuan lebih banyak daripada jenis kelamin responden laki-laki.

Tabel 2
Responden Menurut Kelompok Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20	9	18,0	18,0	18,0
	21-25	23	46,0	46,0	64,0
	26-30	13	26,0	26,0	90,0
	31-40	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber : Data olahan SPSS 23

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa berdasarkan dari kelompok umur responden yang berkisar antara 16-20 tahun sebanyak 9 orang atau 18%, sedangkan kelompok umur responden 21-25 sebanyak 23 orang atau 46% , kelompok umur responden 26-30 sebanyak 13 orang atau 26%, dan kelompok umur responden 31-40 sebanyak 5 orang atau 10% dari 50 responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata umur responden yang diteliti adalah 21-25 tahun.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.43517647
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.069
	Negative	-.048
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

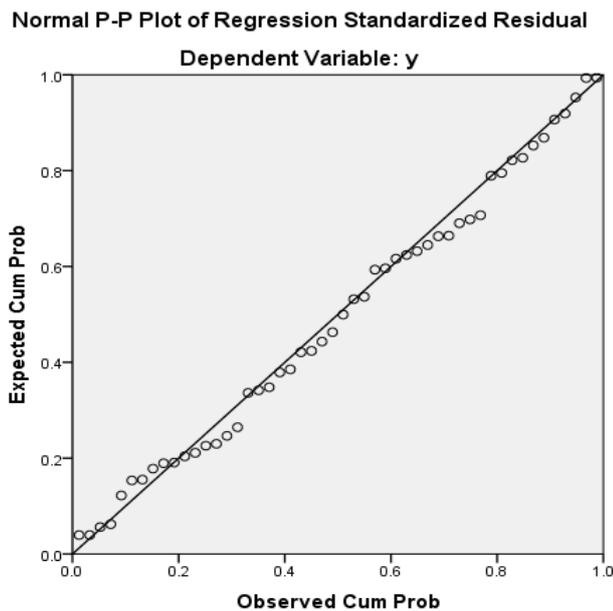
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : pengolahan SPSS Versi 23

Jika dilihat dari data tabel diatas nilai Asymp sig adalah 0,200 maka distribusi data sudah memenuhi syarat asumsi normalitas karena nilai Asymp sig > 0,05.



Pengujian dilakukan P-P Plot dapat disimpulkan bahwa angket tersebut berdistribusi normal karena memenuhi kriteria data tidak menyebar menjauh, tapi data mendekati pada garis diagonal.

Tabel 4
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.972	3.484		2.288	.027
	X1	.196	.050	.506	3.898	.000
	X2	.220	.084	.340	2.621	.012

a. Dependent Variable: y
sumber : Pengolahan Data SPSS 23

Ditinjau dari signifikansi pengaruhnya dengan uji t pada taraf signifikansi sebesar ($\alpha = 0,05$) dari tabel diatas, untuk variabel independen kualitas pelayanan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,898. Hal tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,898 > 2,011$), maka keadaan tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Variabel independen harga (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,621. Hal tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,261 > 2,011$), maka keadaan tersebut menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh variabel harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 5
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	948.899	2	474.449	38.565	.000 ^b
Residual	578.221	47	12.303		
Total	1527.120	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X₂), Kualitas pelayanan (X₁)

sumber : Pengolahan Data SPSS 23

Pada tabel diatas hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($38,565 > 3,20$) dengan signifikansi sebesar 0.000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka keadaan tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X₁) dan variabel harga (X₂) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan.

Tabel 6
Adjusted R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.605	3.508

a. Predictors: (Constant), Harga (X₂), Kualitas pelayanan (X₁)

b. Dependent variable: kepuasan konsumen (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan output SPSS “Model Summary” diatas, nilai R Square yaitu 0,621 atau sama dengan 62,1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁), dan variabel harga (X₂) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 62,1%. Sedangkan sisanya 37,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi.

Tabel 7
Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.972	3.484		2.288	.027
	x1	.196	.050	.506	3.898	.000
	x2	.220	.084	.340	2.621	.012

a. Dependent Variable: Y

Sumber : pengolahan data SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, maka dapat dibentuk persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = 7.972 + 0,196 X_1 + 0,220 X_2$$

Dengan persamaan Regresi Linier Berganda diatas, nilai konstanta sebesar 7,972 ini menunjukkan pengaruh yang positif terhadap variabel independen (kualitas pelayanan dan harga). Bila variabel independen (kualitas pelayanan) berpengaruh atau naik dalam satu satuan maka variabel kepuasan konsumen akan naik.

Variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai nilai koefisien regresi sama dengan 0,196, ini menunjukkan variabel independen (X_1) dengan variabel dependen kepuasan konsumen (Y) mempunyai hubungan yang positif, maka ketika kenaikan dalam satu satuan variabel independen kualitas pelayanan (X_1) akan mengakibatkan kenaikan penyebab pada variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

Variabel harga (X_2) mempunyai nilai koefisien regresi sama dengan 0,220, ini menunjukkan variabel independen (X_2) dengan variabel dependen kepuasan konsumen (Y) mempunyai hubungan yang positif, maka ketika kenaikan dalam satu satuan variabel independen harga (X_2) akan mengakibatkan kenaikan penyebab pada variabel dependen kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,220.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($3,898 > 2,011$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan.
2. Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($2,261 > 2,011$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan.
3. Dari uji F menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan bahwa menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,565 > 3,20$) dengan signifikansi sebesar 0.000 sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka di ajukan saran, antara lain:

1. Bagi pihak JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada pihak kantor JNE Cabang Kwanyar Kabupaten Bangkalan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sehingga kemudian perusahaan dapat menentukan langkah-langkah yang tepat dalam melakukan pembenahan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas variabel penelitian, tidak hanya kualitas pelayanan dan harga saja tetapi juga variabel-variabel lainnya yang bisa dijadikan variabel dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris D. 2016. Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan sub agen JNE Bangkalan. Skripsi. STKIP PGRI Bangkalan.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Hazizah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Emosi, dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Pos Ketapang Sampang.
- Herry Gunawan. (2015). Pengaruh Transpotasi dan Logistik. Jakarta.
- Khoirista, A. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2).
- Koestanto, T. H., & Yuniati, T. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(10), 1-18.
- Lailatul H. 2016 Pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Idola Kwanyar. Skripsi. STKIP PGRI Bangkalan.

- Mariatun, I. L. (2017). Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra K1 Kecamatan Socah Tahun 2016. *Eco-Socio: Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 31-44.
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah, N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2).
- Masrul, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah Pada Ma Al Mukhlisin Di Desa Kampao Kecamatan Blega Kabupaten Bangkalan.
- Mayasari, D. (2014). TINJAUAN PROSEDUR PENGIRIMAN BARANG PADA PT. AYAT PALEMBANG (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya
- Ranchman H, Aldila S. (2018). *Ekonometrika Dasar*. Pamekasan