

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KETEPATAN WAKTU  
PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT JALUR  
NUGRAHA EKAKURIR (JNE) TALUK KUANTAN**

**Oleh: Sisi Yuliani**

Email: [sisiyuliani99@gmail.com](mailto:sisiyuliani99@gmail.com)

**Pembimbing: Lie Othman**

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi.

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Riau. Pekanbaru, Indonesia

Kampus Bina Widya.

Jl.H.R. Soebrantas KM 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293.

Telp/fax. 0761-63277

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan di jalan Imam Munandar, No 25 Sungai Lintang, desa Beringin Taluk, Kabupaten Kuantan Singingi Kecamatan Kuantan Tengah, Riau. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan sumber data dari data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam Penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan berganda, dan dengan uji validitas dan uji reabilitas. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh adalah kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), ketepatan waktu pengiriman (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepuasan Konsumen.

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE AND TIMELY DELIVERY ON  
CUSTOMER SATISFACTION IN PT JALUR NUGRAHA EKAKURIR  
(JNE) TALUK KUANTAN**

**By: Sisi Yuliani**

**Email: Sisiyuliani99@gmail.com**

**Supervisor: Lie Othman**

*Business Administration Study Program, Department of Administration,  
Faculty of Social Science and Political Science. Riau University. Pekanbaru, Indonesia*

*Bina Widya Campus.*

*Jl. H. R. Soebrantas KM 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293.*

*Phone/fax. 0761-63277*

**ABSTRACT**

*This research was conducted at PT Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan on Jalan Imam Munandar, No. 25 Sungai Lintang, Beringin Taluk Village, Kuantan Singingi Regency, Kuantan Tengah District, Riau. partially and simultaneously on consumer satisfaction. The method used in this research is descriptive quantitative, with data sources from primary and secondary data. The analytical method used in this study is simple and multiple linear regression analysis, and with validation tests and reliability tests. In this study the results obtained are: service quality (X1) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y), price (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y), on time delivery (X3) has a positive and significant effect on customer satisfaction. consumer (Y) at PT Lintas Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.*

**Keywords: Service Quality, Price, Timely Delivery, Customer Satisfaction.**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini terdapat perubahan besar dalam dunia bisnis dan pola berbelanja masyarakat yaitu melalui digital marketing. Bisnis pengiriman barang di Indonesia sendiri semakin tinggi dengan berkembang pesatnya bisnis online saat ini. Faktanya, dengan berkembangnya internet, aktivitas jual-beli online juga semakin meningkat dan akan menjadi gaya hidup praktis dan mudah di masa mendatang. Para pebisnis juga semakin banyak beralih ke digital (online) dan masyarakat lebih menyukai berbelanja digital (online) karena lebih praktis, hemat waktu dan konsumen bebas memilih produk dari berbagai daerah dengan menggunakan suatu aplikasi yang ada di smartphone. Peningkatan pertumbuhan bisnis logistik saat ini tidak hanya dinikmati masyarakat di kota-kota besar, tetapi juga di seluruh daerah, karena pelaku bisnis online sekarang tersebar baik di kota besar maupun di daerah. sehingga kebutuhan akan jasa pengiriman ini mencakup seluruh Indonesia.

Menurut Kotler, (2000) jasa merupakan unjuk kerja yang ditawarkan oleh suatu pihak yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Jasa merupakan suatu aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang- barang milik, tetapi tidak menghasilkan kepemilikan. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa, dapat dilihat dari perkembangan dan berbagai jenis industri jasa salah satunya adalah jasa pengiriman barang.

Pada dasarnya perusahaan JNE merupakan bagian salah satu sektor dari perusahaan pengiriman barang

internasional PT Citra van Titipan Kilat (Tiki). Berawal dari beberapa orang anggota dan modal usaha yang cukup besar yaitu 100 juta rupiah, JNE mulai berkembang menjadi penyedia jasa pengiriman barang internasional pada waktu itu. Nama resmi dari JNE yaitu PT Jalur Nugraha Ekakurir, didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Suprpto Suparno. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa pengiriman paket, yang harus memaksimalkan kepuasan pelanggan sebagai misi utama perusahaan. JNE sendiri mempunyai beberapa layanan seperti cek harga ongkos kirim dan cek resi untuk mengetahui paket yang dikirim apakah sudah sampai tujuan dan untuk melacak posisi barang yang masih berstatus pengiriman. Pada tahun 1991, JNE mulai berkembang pesat saat bergabung dengan asosiasi yang mempertahankan perusahaan kurir di Asia ACCA yang berpusat di Hongkong. Setelah itu nama JNE semakin populer atau terkenal baik itu di luar negeri maupun didalam negeri. Melihat potensi pengiriman barang dalam negeri yang mulai berkembang pada waktu itu. JNE kembali mengembangkan usaha nya ke dalam negeri termasuk yang ada di Taluk Kuantan.

Pada era kompetisi bisnis yang sangat ketat seperti sekarang ini, kepuasan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan suatu JNE sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan tentu tidak akan luput dalam persaingan. Setiap perusahaan akan berusaha memperlihatkan sisi terbaiknya agar bisa tumbuh dan berkembang di saat persaingan yang sangat ketat pada saat ini. Banyak perusahaan pengiriman

barang yang bersaing dalam memperebutkan pasar sasarnya. Usaha jasa pengiriman tergabung dalam sebuah wadah yang bernama ASPERINDO (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia). JNE memiliki banyak perusahaan sejenis dengan berbagai macam harga yang ditawarkan. Berikut perbandingan harga paket pengiriman JNE dan jenis pengiriman lainnya:

Pada era kompetisi bisnis yang sangat ketat seperti sekarang ini, kepuasan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan suatu JNE sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan tentu tidak akan luput dalam persaingan. Setiap perusahaan akan berusaha memperlihatkan sisi terbaiknya agar bisa tumbuh dan berkembang di saat persaingan yang sangat ketat pada saat ini. Banyak perusahaan pengiriman barang yang bersaing dalam memperebutkan pasar sasarnya. Usaha jasa pengiriman tergabung dalam sebuah wadah yang bernama ASPERINDO (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia). JNE memiliki banyak perusahaan sejenis dengan berbagai macam harga yang ditawarkan.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang telah banyak berdiri perusahaan jasa lainnya selain PT Pos milik BUMN. Dengan banyaknya pesaing-pesaing perusahaan bisnis jasa pengiriman barang, diharapkan bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dari beberapa perusahaan jasa yang dikenal oleh masyarakat, JNE merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman barang yang cukup terkenal. Di dalam perusahaan khususnya dibidang

jasa pengiriman barang, para pelaku bisnis harus berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui keunggulan-keunggulan yang diciptakan maupun yang disediakan. Salah satu keunggulan perusahaan dilihat dari bagaimana perusahaan akan memberikan kualitas pelayanan dengan semaksimal mungkin sehingga mencapai tingkat kepuasan konsumen agar agar dapat memenangkan persaingan bisnis dan menjadi tingkat tertinggi dalam memperebutkan pasar sasaran.

Kualitas pelayanan akan dikatakan baik apabila suatu perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen. Menurut Tjiptono, (2007) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan. Ketika suatu pelayanan tidak dapat mencapai tingkat pemuasan kebutuhan maka akan berdampak pada pertumbuhan dan perkembangan jumlah konsumen yang menurun dari tahun ketahun. Pertumbuhan dan perkembangan jumlah konsumen pada JNE Taluk Kuantan selama 5 tahun terakhir, 2016-2020 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1 Pertumbuhan Dan Perkembangan PT JNETaluk Kuantan 2016-2020**

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN/ORANG
2016	980
2017	2111
2018	1687
2019	2340
2020	2078

*Sumber:* PT JNE Taluk kuantan

Dapat dilihat pada tabel diatas pertumbuhan dan perkembangan jumlah konsumen pada JNE Taluk Kuantan mengalami turun naik. Walaupun penurunan yang terjadi tidak terlalu drastis tetapi ini terjadi menunjukkan bahwa konsumen sudah mulai beralih dalam menggunakan jasa pengiriman barang dengan menggunakan jasa ekspedisi lainnya. Penurunan ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang ada.

Harga sangat berperan penting dalam dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman barang sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Komponen penilaian untuk mengukur pelayanan jasa pengiriman dimulai dari customer service, kurir, adanya kerusakan barang pada saat paket diterima dan lain ketepatan waktu barang sampai kepada konsumen.

### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan

Konsumen Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.

### **Manfaat Penelitian**

#### **Secara teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai ilmu dibidang pemasaran terutama pada strategi pemasaran kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman.

#### **Secara praktis**

1. Penelitian ini dapat menambah referensi/koleksi bagi Perpustakaan Universitas Riau, bagi pembaca dan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang serupa.

2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan produk, harga dan kualitas pelayanan, sehingga dapat digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan.
3. Dengan penelitian yang dilakukan akan dapat menambah ilmu pengetahuan penulis terutama tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan perusahaan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan selanjutnya dapat berguna sebagai bekal apabila bekerja disuatu perusahaan dan mengabdikan di lingkungan masyarakat.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2002) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected Service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diterapkan dan kualitas yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara

penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut :

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh pelanggan, menurut Parasuraman memberikan indikator ukuran kepuasan pelanggan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut yang dikatakan pelanggan yaitu :

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), segala fasilitas fisik termasuk perlengkapan yang nampak di mata konsumen. Seperti lokasi, kebersihan ruangan, tempat parkir, keterampilan pegawai dan sarana komunikasi .
- 2) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.
- 3) Kehandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan sesuai pelayanan.
- 4) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dari para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- 5) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

## Harga

Menurut Kotler & Amstrong (2014) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut definisi diatas, kebijakan mengenai harga hanya bersifat sementara, berarti produsen harus mengikuti perkembangan harga di pasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan. Sebagai salah satu elemen bauran pemasaran, harga membutuhkan pertimbangan cermat, sehubungan dengan sejumlah dimensi strategi harga:

- 1) Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Nilai adalah rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat (*perceived benefits*) dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.
- 2) Harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli. Tidak jarang harga dijadikan semacam indikator kualitas jasa.
- 3) Harga adalah determinan untuk permintaan. Berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas produk yang dibeli oleh konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk yang bersangkutan dan sebaliknya.
- 4) Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba. Harga adalah suatu unsur bauran pemasaran

yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan, yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh.

- 5) Harga bersifat fleksibel, artinya bisa disesuaikan dengan cepat. Dari empat unsur bauran pemasaran tradisional, harga adalah elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar.
- 6) Harga mempengaruhi citra dan positioning. Dalam pemasaran jasa perisetius yang mengutamakan citra kualitas dan eksklusivitas, harga menjadi unsur penting. Harga yang mahal dipersepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya.
- 7) Harga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi para manajer. Sebaliknya ini ditunjukkan oleh empat level konflik potensial menyangkut aspek harga:
  - a) Konflik internal perusahaan
  - b) Konflik dalam saluran distribusi
  - c) Konflik dengan pesaing
  - d) Konflik dengan lembaga pemerintahan dan kebijakan publik

### Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Handoko (2010) ketepatan waktu pengiriman adalah ketepatan waktu pengiriman dan jaminan barang pesanan konsumen selamat hingga sampai tujuan menjadi ujung tombak perusahaan agar tetap dapat memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen.

Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah

satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Indikator ketepatan waktu yang digunakan dalam penelitian ini menurut John & Michael (2002) yaitu :

1. Pengiriman Produk

Ketepatan waktu dalam pengiriman produk sampai pada konsumen yang dituju.

2. Informasi

Ketepatan waktu informasi produk yang sedang di proses dan sampai produk itu diserahkan kepada konsumen.

3. Pelayanan

Kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan secara tepat waktu atau ketersediaan pelayanan yang cepat.

### **Kepuasan Konusmen**

Menurut Kotler, (2001) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan, jalan Imam Munandar, No 25 RT 08 RW 03 Sungai Lintang, Desa Beringin Taluk, Kabupaten Kuantan Singingi Kecamatan Kuantan Tengah, Riau.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode angket atau kuesioner. Penggalan data pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini untuk menganalisis data peneliti menggunakan program SPSS (*statistical package for the social science*) dimana uji yang akan digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji linier sederhana dan uji linier berganda.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table dinyatakan valid, jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka dikatakan tidak valid.  $r$  hitung dalam uji pada kolom item – total correlation sedangkan  $r$  table dilihat dari  $N-2$  ( $96 - 2 = 94$ ) yaitu 0,207 (taraf signifikan 5%).

2. Uji Reabilitas

Digunakan untuk melihat apakah data layak digunakan (realibel). Apabila cronbach's alpha  $>$  0.60 maka dikatakan realibel.

3. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan

ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai tolerance lebih besar  $> 0.10$ , artinya tidak terjadi multikolinearitas jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10.00$  artinya tidak terjadi multikolinearitas

#### 5. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residusi dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linear berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 6. Analisis Regresi Linier Sederhana

##### a. Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6.323 + 0.458X$$

Arti dari angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah:

- a. Nilai konstanta sebesar 6.323 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen 6.323.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk bernilai positif yaitu 0.458 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen 0.458. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, semakin naik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

##### b. Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 45.6%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 54.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

##### c. Analisis Regresi Linier Sederhana Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7.991 + 0.762X$$

Arti dari angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah:

- a. Nilai konstanta sebesar 7.991 ini dapat diartikan jika penetapan harga diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen 7.991.
- b. Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga bernilai positif yaitu 0.762 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen 0.762 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif harga terhadap kepuasan konsumen, semakin bagus harga maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

#### **d. Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Persentase sumbangan pengaruh variabel harga terhadap keuasan konsumen sebesar 61.4%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

#### **e. Analisis Regresi Linier Sederhana Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen**

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4.908 + 0.853X$$

Arti dari angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah:

- c. Nilai konstanta sebesar 4.908 ini dapat diartikan jika ketepatan waktu pengiriman diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen 4.908

- d. Nilai koefisien regresi variabel ketepatan waktu pengiriman bernilai positif yaitu 0.853 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen 0.762 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif harga terhadap kepuasan konsumen, semakin bagus harga maka semakin meningkat kepuasan konsumen.

#### **f. Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Persentase sumbangan pengaruh variabel ketepatan waktu pengiriman terhadap keuasan konsumen sebesar 43.4%, sedangkan persentase sisanya yaitu sebesar 56,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

### **7. Analisis Regresi Linier Berganda**

#### **a. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen**

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3$$

$$Y = 7.660 + 0.113 X_1 + 0.205 X_2 + 0.330 X_3$$

Arti dari angka-angka dalam persamaan diatas adalah:

- a. Nilai konstanta sebesar 7.660 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan dan penetapan harga diasumsikan nol (0), maka kepuasan konsumen sebesar 7.660.

- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu, 0,113 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0.113.
- c. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0.205 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0.205.
- d. Nilai koefisien regresi variabel ketepatan waktu pengiriman bernilai positif yaitu 0.330 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan penetapan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0.330.

**b. Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen**

Nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,609 atau 62,9%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen X1 X2 dan X3 dapat menjelaskan variabel dependen (Y) sebesar 62,9%, sedangkan sisanya sebesar 37,1% diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan)**

**a. Uji Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Hasil uji  $t_{hitung}$  untuk menguji hipotesis

apakah ada pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), yaitu sebesar 8.876 Dimana  $t_{hitung} = 8.876 > t_{tabel} = 1,986$  dan  $sig\ 0.000 < 0,05$ , dengan lebih besar  $t_{hitung}$  dari  $> t_{tabel}$  maka hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT JNE Taluk Kuantan dapat diterima.

**b. Uji Parsial (Uji t) Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji  $t_{hitung}$  untuk menguji hipotesis apakah ada pengaruh signifikan variabel harga (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), yaitu sebesar 12.240. Dimana  $t_{hitung} = 12,240 > t_{tabel} = 1,986$  dan  $sig\ 0.000 < 0,05$ , dengan lebih besar  $t_{hitung}$  dari  $> t_{tabel}$  maka hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT JNE Taluk Kuantan dapat diterima.

**c. Uji Parsial (Uji t) Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji  $t_{hitung}$  untuk menguji hipotesis apakah ada pengaruh signifikan variabel ketepatan waktu pengiriman (X3) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), yaitu sebesar 8.491. Dimana  $t_{hitung} = 8491 > t_{tabel} = 1,986$  dan  $sig\ 0.000 < 0,05$ , dengan lebih besar  $t_{hitung}$  dari  $> t_{tabel}$  maka hipotesis yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT JNE Taluk Kuantan dapat diterima.

**d. Uji Simultan (Uji F) Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen.**

Bedasarkan uji F pada tabel diatas

menunjukkan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 54,576 >  $f_{tabel}$  3.904 dan  $sig$  0.000 < 0,05. Jadi dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya adalah kualitas pelayanan (X1) harga (X2) dan ketepatan waktu pengiriman (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), semakin kuat kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen pada PT JNE Taluk Kuantan .

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Taluk Kuantan adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan didapatkan hasil yang menunjukkan pada PT JNE Taluk Kuantan secara keseluruhan sudah berada pada kategori sangat baik dan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan. Artinya kualitas pelayanan yang diberikan PT JNE Taluk Kuantan sudah sesuai dengan harapan konsumen.
2. Pada variabel harga didapat hasil yang menunjukkan pada PT JNE Taluk Kuantan secara keseluruhan dimasukkan kedalam kategori baik dan berpengaruh secara parsial dan simultan.
3. Pada variabel ketepatan waktu pengiriman didapatkan hasil yang

menunjukkan bahwa pada PT JNE Taluk Kuantan secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik dan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan.

4. Pada variabel kepuasan konsumen didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa pada PT JNE Taluk Kuantan secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik dan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan.

### **4.2 Saran**

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

1. Diharapkan agar kualitas pelayanan pada PT JNE Taluk Kuantan untuk dapat selalu meningkatkan seluruh aspek yang berhubungan dengan kualitas pelayanan agar selalu dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu dalam melayani konsumen harus selalu bersikap sopan dan ramah agar konsumen PT JNE Taluk Kuantan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.
2. Diharapkan agar harga dan kepuasan konsumen pada PT JNE Taluk Kuantan untuk dapat selalu meningkatkan seluruh aspek tentang harga agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu dalam menetapkan harga harus mendapatkan perhatian khusus dan maksimal karena sejatinya harga merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah perusahaan.
3. Diharapkan agar ketepatan waktu pengiriman pada PT JNE Taluk Kuantan untuk dapat selalu

meningkatkan seluruh aspek tentang ketepatan waktu pengiriman agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu dalam melakukan pengiriman paket harus selalu amanah dan tepat waktu barang sampai ketangan konsumen dengan keadaan baik.

4. Diharapkan agar kepuasan konsumen pada PT JNE Taluk Kuantan untuk dapat selalu meningkatkan seluruh aspek tentang kepuasan konsumen karena dalam suatu perusahaan hal yang paling penting. Jika kepuasan konsumen sudah didapatkan maka perusahaan tersebut bisa berkembang dan bertahan lama.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, H. (2010). *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Salemba Empat.
- John, C. M., & Michael, minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta
- Kotler. (2000). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, & Amstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Pearson Hall. Jakarta
- Tjiptono. (2002). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media. Yogyakarta
- Tjiptono. (2007). *Strategi pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta