

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**Studi Kasus pada jasa di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung 2018****The Influence of Service Quality to Costumer Satisfaction****Case Study services private company at PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) branch Setrasari Mall in Bandung 2018**Saffira Dwi Meiliani ¹, Ati Mustikasari ²^{1, 2} Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom¹Saffirameiliani@gmail.com, ²atimustikasari@tass.telkomuniversity.ac.id**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada jasa di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Setrasari Mall Bandung 2018). Adapun dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui tanggapan konsumen pada saat menggunakan jasa kurir di JNE.

Variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Adapun Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif deskriptif. Uji data melalui uji validitas dan uji reliabilitas. analisis statistik melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis, dengan sampel sebanyak 100 responden di Setrasari Mall Bandung. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS for Windows.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 42,2%, sedangkan sisanya sebesar 57,8% yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar perilaku konsumen yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : Marketing, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of service quality to costumer satisfaction (Case study service private company at Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Setrasari Mall in Bandung 2018). in this research is the author to know the respons of the costumer when using courier servicer in JNE.

Variable Independent is Service Quality and Variable Dependent is Customer Stasification, the method used in this research is descriptive method. Test data through validity and reliability test, Statistical analysis via classical assumption test with the type of research used simple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. by sampling that of 100 respondents at Setrasari Mall JNE Bandung, data collection via questionnaires 2018. Data processing is done by using software SPSS for windows.

The results of the research show that Quality of Service PT. Tiki Line Nugraha Ekakurir (JNE) has an influence on Customer Satisfaction of 42.2%, while the remaining 57.8% is influenced by other factors beyond consumer behavior that were not examined in this study.

Keywords : Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa kurir di Indonesia berkembang karena dengan adanya suatu kebutuhan dan keinginan diri dari konsumen, begitu juga dengan konsumen atau masyarakat yang sudah mengenal internet/e-commerce sebagai gaya hidup mereka. Maka banyaknya para perusahaan jasa melakukan suatu strategi penjualannya dengan cara apapun untuk menarik para calon pelanggan dan pelanggannya dalam menciptakan suatu pemenuhan kebutuhan yang diinginkan oleh para pelanggannya. dengan melakukan suatu penyusunan strategi ini maka perusahaan harus menciptakan suatu kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan kualitas nilai yang baik dimata para pelanggannya.

Terutama perusahaan dibidang jasa kurir yang dikenal oleh masyarakat yaitu PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau bisa dikenal oleh masyarakat dengan sebutan JNE, tetapi selain perusahaan JNE yang menggunakan

bidang jasa kurir ada juga perusahaan lainnya yang menggunakan bidang jasa kurir yaitu Pos Indonesia, Tiki, DHL dan Fedex. Hal ini dimanfaatkan oleh para perusahaan yang bergerak dibidang jasa kurir untuk menawarkan produk-produk lainnya yang ada diperusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan juga dapat dilihat dari penghargaan dari survey yang ada di Indonesia salah satu lembaga penghargaan yang ada di Indonesia yaitu TOP Brand Award. Biasanya apabila perusahaan sudah mendapatkan penghargaan TOP Brand Award, maka konsumen akan lebih percaya pada perusahaan tersebut. Berikut adalah data survey dari TOP Brand Award.

| MERЕК | TBI | TOP |
|---------------|-------|-----|
| JNE | 43.5% | TOP |
| Tiki | 36.2% | TOP |
| Pos Indonesia | 6.7% | |
| DHL | 2.1% | |

TABEL 1 Top Brand Award Indeks 2015 fase 2

Sumber : www.topbrand-award.com

| MERЕК | TBI | TOP |
|---------------|-------|-----|
| JNE | 47.6% | TOP |
| Tiki | 35.7% | TOP |
| Pos Indonesia | 9.6% | |
| DHL | 1.3% | |

TABEL 2 Top Brand Award Indeks 2016 fase 2

Sumber : www.topbrand-award.com

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 dan 2016 berturut-turut JNE termasuk dalam kategori TOP Brand Award tetapi dikarenakan banyaknya pesaing lainnya. PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) selalu memberikan pelayanan kepada pelanggannya supaya dapat memutuskan untuk menggunakan jasa kurir di JNE. Kualitas jasa atau kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:113).

Pada dasarnya banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kenapa konsumen tetap setia, salah satunya adalah mereka puas menggunakan produk tersebut sehingga terjadilah pembelian ulang. Berdasarkan penelitian R. Hidayat, 2015. Kualitas pelayanan jasa merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam menciptakan suatu strategi yang secara langsung terlibat dengan pelanggannya dan sangat memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Menurut Mowen dan Minor dalam Sudaryono (2016:78) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. maka dari itu perusahaan JNE harus menjaga kualitas pelayanannya pada para pelanggan agar tidak memilih produk dan jasa pesaing lainnya.

Untuk menjaga para pelanggan tentu bukan perkara mudah. Perusahaan harus melakukan beberapa hal supaya pelanggan tetap setia pada produk dan jasa yang ada di perusahaan. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan. Untuk menciptakan pelayanan yang terbaik tentu harus memahami suatu kebutuhan dan keluhan para pelanggan. Sehingga pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan menimbulkan perilaku pelanggan yang positif dan menimbulkan kepuasan terhadap jasa dan produk yang ada di perusahaan.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal perusahaan harus menyusun kembali suatu strategi. karena, pada dasarnya untuk menciptakan kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. diantaranya, hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut.

Seperti halnya kebutuhan pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) mampu memberikan suatu pelayanan customer service yang responsif dan cepat dalam menangani berbagai keluhan konsumen, memiliki banyak cabang yang bisa ditemukan dengan mudah bahkan pada jam-jam setelah pulang kantor

sekalipun,memiliki jaminan uang kembali (garansi) jika sewaktu-waktu kiriman barang melampaui batas pengiriman yang ditentukan (khusus paket jenis tertentu), memiliki sistem tracking yang dapat diakses oleh pelanggan sehingga pelanggan dengan mudah bisa melacak keberadaan dan proses pengiriman barang kiriman,dan dapat mengirim dokumen dan berbagai surat berharga lainnya.Kesadaran akan pentingnya Kualitas Pelayanan bagi perusahaan sangatlah penting. Karena,Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi Kepuasan pelanggan yang menerima pelayanan tersebut.

1.1 Tujuan Penelitian :

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan dalam memilih jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir ?
2. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam memilih jasa PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir ?
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sesudah menggunakan jasa yang ada di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir ?

2. Kajian Teori

2.1. Pemasaran

Definisi manajemen pemasaran ini menunjukkan suatu peran yang dimainkan pemasaran yang ada didalam masyarakat. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan Menurut Kotler dan Armstrong (2014:27) mendefinisikan pemasaran yaitu :

“Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return” yang artinya pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu strategi yang diciptakan oleh perusahaan. sehingga kualitas pelayanan merupakan bagian dari perilaku atau penilaian pelanggan pada saat menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut.

Kualitas jasa atau kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi,positioning,dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran,baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016:113) .

Selanjutnya pengertian kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:268) adalah sebagai berikut “Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Lima faktor dominan atau penentu Kualitas Pelayanan jasa menurut Fandy Tjiptono (2016:137), yaitu:

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik,perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan,serta penampilan karyawan.
2. Empati (*Emphaty*), yaitu bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan,serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka,serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun.
5. Jaminan (*Assurance*), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian awal bagi konsumen maka dari itu untuk memberikan rasa puas pada pelanggan ini perlu menciptakan rasa nyaman, aman dan terpercaya bagi konsumennya. Hal ini diperkuat oleh definisi Menurut Fandy Tjiptono (2014:353) “Mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan”.

Menurut mowen dan minor dalam Sudaryono (2016:78) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

2.3.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2013:150) , seorang pelanggan yang mencapai kepuasan secara tidak langsung akan melakukan hal sebagai berikut : Sumber (Jurnal Dzukron Hamidan Nasution,2017)

1.Menggunakan jasa itu kembali

Apabila pelanggan puas menggunakan jasa tersebut, maka hal yang dilakukan pelanggan pertama adalah menggunakan jasa itu kembali karena pelanggan merasa puas akan jasa tersebut, puas dari segi pelayanan karyawan dan lain sebagainya, dan pelanggan tidak puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan akan pindah ke jasa lainnya.

2.Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain

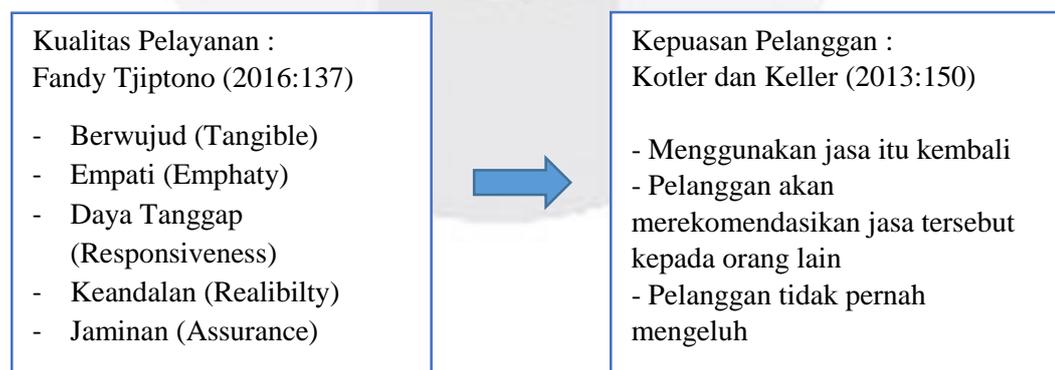
Yang kedua apabila pelanggan puas maka pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan tidak merekomendasikan ke orang lain, bahkan pelanggan akan merekomendasikan jasa lain yang membuat pelanggan tersebut puas akan pelayanan yang diberikan dan lain sebagainya.

3.Pelanggan tidak pernah mengeluh

Yang ketiga apabila pelanggan puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan mengeluh seperti komplain kepada penyedia jasa, dan apabila pelanggan tidak puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan akan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah hasil telaah dari teori-teori dan penelitian sebelumnya yang mengajarkan kepada peneliti untuk lebih lanjut melaksanakan penelitiannya. Kerangka penelitian ini berupa hubungan antara berbagai konsep yang dihasilkan dari teori-teori yang ada di landasan teori dan hasil telaah dari peneliti sebelumnya. Berikut merupakan kerangka penelitian pada penelitian ini dalam gambar berikut.



2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:64) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui penelitian. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu:

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

H0 : Kualitas Pelayanan yang tidak mempunyai pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3 Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:7) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode deskriptif menurut siregar (2013:15) adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara satu dengan variabel lain. Pendekatan yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah survey karena populasi yang diambil merupakan populasi besar dan data yang dipelajari diambil dari data sampel yang diambil dari populasi.

3.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek/subyek yang mempunyai karakteristik untuk dipilih menjadi anggota sampel yang digunakan pada penelitian ini. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandung pengguna jasa di JNE. dan untuk sampel sebanyak 100 responden agar lebih mewakili populasi.

3.1.2 Metode Sampling

Menurut Sugiyono (2017:84), pengertian non propabilitas sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penulis juga mengambil Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Menurut Sugiyono (2017:84). Pertimbangan yang dimaksud penelitian ini adalah penulis menggunakan pertimbangan dalam menentukan sampel dengan kriteria responden yang menggunakan jasa JNE di Cabang Setrasari Mall Bandung.

3.1.3 Skala Pengukuran

Skala likert digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) pilihan yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan Sangat Setuju (ST). teknik analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.2.1 Uji Validitas

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan *Software Statistical Program of Science (SPSS)* versi 23 for *Windows* dan hasil uji validitas dari setiap pertanyaan variabel yang terdapat dalam penelitian ini, menggunakan nilai $n = 100$ dengan taraf signifikan yang digunakan adalah $(\alpha) = 5\% = 0,05\%$ dan apabila nilai yang dihasilkan perhitungan $>$ rtabel berarti valid. maka untuk rtabel didapat nilai 1,95 sehingga pertanyaan yang dibuat dikategorikan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

| VARIABEL | INDIKATOR | PERNYATAAN | R HITUNG | R TABEL | VALIDITAS |
|------------------------|------------------------------------|------------|----------|---------|-----------|
| Kualitas Pelayanan (X) | Penampilan karyawan | 1 | 0.539 | 0.195 | Valid |
| | Fasilitas Fisik | 2 | 0.517 | 0.195 | Valid |
| | | 3 | 0.525 | 0.195 | Valid |
| | Komunikasi perusahaan | 4 | 0.665 | 0.195 | Valid |
| | Memiliki dekorasi menarik | 5 | 0.570 | 0.195 | Valid |
| | Memahami masalah para pelanggannya | 6 | 0.604 | 0.195 | Valid |
| | Memberikan perhatian personal | 7 | 0.642 | 0.195 | Valid |

(Bersambung)

(Sambungan)

| | | | | | |
|------------------------|--|----|-------|-------|-------|
| Kualitas Pelayanan (X) | Memiliki jam oprasi yang nyaman | 8 | 0.576 | 0.195 | Valid |
| | Kesediaan merespon permintaan pelanggannya | 9 | 0.771 | 0.195 | Valid |
| | Memberikan jasa secara cepat | 10 | 0.697 | 0.195 | Valid |
| | Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan | 11 | 0.721 | 0.195 | Valid |
| | | 12 | 0.617 | 0.195 | Valid |
| | Para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan | 13 | 0.558 | 0.195 | Valid |
| | Menciptakan rasa aman bagi pelanggannya | 14 | 0.650 | 0.195 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Pelanggan menggunakan jasa itu kembali dan tidak mencari jasa yang lain | 15 | 0.601 | 0.195 | Valid |
| | Setelah penggunaan jasa tersebut maka hasil jasa yang diberikan akan sesuai dengan harapan pelanggan | 16 | 0.686 | 0.195 | Valid |
| | Pelanggan memberikan rekomendasi jasa kepada orang lain | 17 | 0.763 | 0.195 | Valid |
| | | 18 | 0.713 | 0.195 | Valid |
| | Pelanggan tidak melakukan complain terhadap produk dan jasa | 19 | 0.664 | 0.195 | Valid |
| | | 20 | 0.691 | 0.195 | Valid |

(Bersambung)

3.2.1 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi berarti alat ukur yang digunakan mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (handal). Untuk menunjukkan apakah suatu variabel reliabel atau tidak, nilai reliabilitas yang diterima minimal 0,60. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan *Software Statistical Program of Science (SPSS)* versi 23 for Windows, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan

memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,753, sedangkan kepuasan pelanggan memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,772, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas (X)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .753 | 15 |

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas (Y)

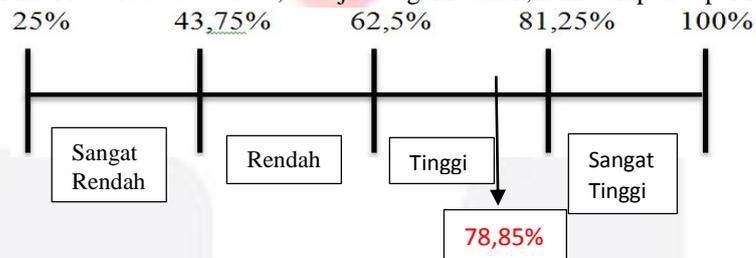
| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .772 | 7 |

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X)

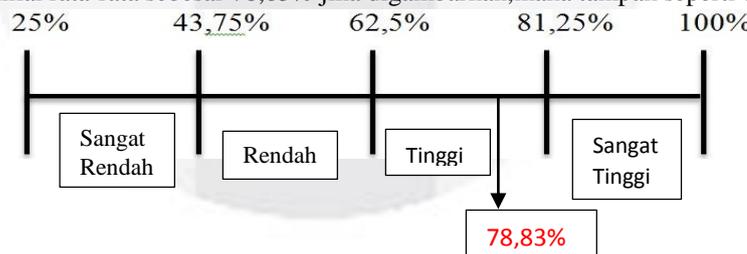
Berdasarkan nilai persentase skor keseluruhan jawaban responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan, diperoleh nilai rata-rata sebesar 78,85% jika digambarkan, maka tampak seperti berikut :



GAMBAR 4.1
Garis Kontinum Kualitas Pelayanan (X)

4.1.2 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan nilai persentase skor keseluruhan jawaban responden mengenai variabel Kepuasan Pelanggan, diperoleh nilai rata-rata sebesar 78,83% jika digambarkan, maka tampak seperti berikut :



GAMBAR 4.2
Garis Kontinum Kepuasan Pelanggan (Y)

4.2 Pengujian Hipotesis

4.2.1 Regresi Linier Sederhana dan Uji t

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji t

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.736 | 1.803 | | 2.071 | .041 |
| | TOTALX | .348 | .041 | .650 | 8.464 | .000 |

a. Dependent Variable: TOTALY

Persamaan regresi yang diperoleh diatas dapat diartikan sebagai berikut :

$\alpha = 3.736$ artinya jika konstanta α dalam garis regresi adalah +3.736. maka dari hasil ini berarti Kualitas Pelayanan bernilai nol ($x=0$), maka Kepuasan Pelanggan akan bernilai 3.736 satuan.

$\beta = 0.348$ artinya nilai koefisien regresi (b) sebesar +0.348. Hal ini berarti setiap Pengaruh Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu-satuan dan variabel lainnya konstanta, maka diprediksi Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.348 satuan.

Dapat dilihat bahwa Tabel T yang diperoleh diatas menunjukkan perbandingan t hitung sebesar 8.646 > t tabel 1,66. karena itu H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan ketentuan yang ada maka dapat dijelaskan kriteria berdasarkan Sig sebagai berikut :

Jika probabilitas > $\alpha = 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Jika probabilitas < $\alpha = 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada diperoleh kolom Sig sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Karena itu H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.2.3 Koefisien Determinasi

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .650 ^a | .422 | .416 | 1.85122 |

a. Predictors: (Constant), TOTALX
b. Dependent Variable: TOTALY

Dari tabel diatas nilai R sebesar 0,650 ,R square merupakan koefisien determinasi. Pada tabel 4.15 besarnya R Square adalah $0,422 = 42,2\%$. Artinya, besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan penggunaan Jasa Kurir sebesar 42,2%, sisanya ($100\%-42,2\%$) sebesar 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Jasa di PT. Tiki Jalur Ekakurir Nugraha Cabang Setrasari Mall Bandung)”, dengan menggunakan regresi linier sederhana, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan dari hasil analisis yang dilakukan penelitian ini, maka tanggapan responden terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir secara keseluruhan mendapatkan persentase nilai terendah yaitu 75,5%. Dengan ini pada sub variabel Tangible

(Berwujud) yang berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik memiliki dampak yang kurang baik bagi para pelanggan yang ada di JNE Cabang Setrasari Mall Bandung.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan dari hasil analisis yang dilakukan penelitian ini, tanggapan responden terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir secara keseluruhan mendapatkan persentase nilai terendah yaitu 76,12%. Dengan ini pada sub variabel Pelanggan tidak pernah mengeluh yang berkenaan dengan masalah kepuasan pelanggan setelah memakai jasa dari JNE.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar 42,2% terhadap Kepuasan Pelanggan. sedangkan sisanya sebesar 57,8% (100%-42,2%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Dari hasil analisis yang dilakukan penelitian ini, tanggapan responden terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam menggunakan jasa yang ada di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir secara keseluruhan pada variabel ini mendapatkan persentase nilai terendah pada sub variabel "Tangible (Berwujud)" sebesar 75,5%. berdasarkan sub variabel pernyataan tersebut diharapkan pihak perusahaan JNE Cabang Setrasari Mall Bandung dapat menumbuhkan atau meningkatkan kembali fasilitas seperti menambahkan dekorasi yang unik sebagai contoh fasilitas tempat duduk yg nyaman, meja yg tertata rapih dan bersih bebas dari lakban untuk menutupi meja yg retak, pengharum ruangan, memilih warna ruangan yg terbilang unik supaya pelanggan dapat tertarik, lalu memperluas lahan parkir, lebih meningkatkan kebersihan didalam toilet dan mushola, untuk karyawan lebih meningkatkan kebersihan dan kerapian pada tampilan.
2. Dari hasil analisis yang dilakukan penelitian ini, tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan yang ada pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir mendapatkan persentase nilai terendah pada sub variabel "Pelanggan tidak pernah mengeluh" sebesar 76,12%. berdasarkan sub variabel pernyataan tersebut diharapkan pihak perusahaan JNE Cabang Setrasari Mall Bandung dapat meningkatkan dalam memberikan perhatian khusus bagi pelanggan yang kesulitan dalam mencari informasi tentang barang yg mereka butuhkan, memperhatikan informasi yang akurat supaya tidak ada kesalahpahaman pada pelanggannya, lebih teliti dalam melakukan packing barang supaya barang tidak rusak dan tidak akan menimbulkan rasa kekecewaan pada pelanggan.
3. Dengan ini dapat berpengaruh yang positif antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk terus mempertahankan kinerja yang dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan supaya tidak kalah saing dengan jasa kurir lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] JNE. (2018). Cek Pelayanan yang ada di JNE. Diperoleh dari www.jne.co.id (diakses pada tahun 2018)
- [2] Drs. Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti 2015, Manajemen Pemasaran Jasa
- [3] Ghazali Imam, 2013 *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*. Semarang : Undip
- [4] Kotler, Philip and Garry Armstrong 2014, *Principle Of Marketing*. 15th Edition Pearson New Jersey : Pearson Prentice Hall, Jakarta
- [5] Kotler, P and Kevin Lane Keller 2016, *Marketing Management*, 15th, London Edition Pearson Education, Inc
- [6] Sugiyono, 2017 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- [7] Sugiyono, 2015 *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- [8] Tjiptono, Fandy. 2016 *Service Quality and Customer Satisfaction* Yogyakarta : Penerbit Andi
- [9] Tjiptono, Fandy. 2014 *Service Quality and Customer Satisfaction* Yogyakarta : Penerbit Andi
- [10] Afrinda Khoirista (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pelanggan Fedex Express Surabaya)*.
- [11] Angga Prayoga (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di bagian Pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung*.
- [12] Annafi Masruri (2013) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya*.

- [13] Desan Henriawan (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- [14] Dzukron Hamidan Nasution (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan First media di indonesia (Study kasus layanan *Triple play*)
- [15] Farah Aisyah (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada Witel Karawang).
- [16] Hidayat, R., & Hidayat, A. M. (2017). Contribution of Environment Online Store for Purchase Decision (A Case Study Online Store Hypermart—Bandung). *Advanced Science Letters*, 23(1), 292-294.
- [17] Kartiniasari, M., & Hidayat, R. (2015). Pengaruh Media Iklan (above the line & below the line) produk indihome fiber terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Bandung kota). *eProceedings of Applied Science*, 1(3).
- [18] Lutfie, H., & Hidayat, R. (2017, March). Descriptive Analysis of Reference Group and Family to Decision Purchase Phone Touchscreen. In *Proceeding 12th ADRI 2017 Internasional Multidisciplinary Conference and Call for Paper, Bogor* (p. 171).
- [19] Putri Rahmayanti Tambunan (2014) *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. JNE perwakilan Kawalayaan*.
- [20] Rizki Faiz Al-Haqam (2016) *The Influence of Service Quality Toward Customer Loyalty (a case study at alfarmart Abdurahman Saleh Bandung*.
- [21] Selvy Normasari (2013) *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan* (Survey pada Tamu Pelanggan yang menginap di hotel pelangi Malang).