

KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. JNE CABANG SUBANG

Udin Zaenudin

STIE Miftahul Huda Subang

Email: tj_354@yahoo.com

Abstract

The level of world economic development today is marked by globalization in all fields which is accompanied by high levels of population mobility, the flow of money and goods in the flow of trade. One need that is no less important in this era of globalization is the need for freight forwarding services. This study aims to a) determine the effect of customer service quality and price partially on customer satisfaction at PT JNE Subang Branch b) determine the effect of customer service quality and price simultaneously on customer satisfaction at PT JNE Subang Branch. The population in this study were 53 consumers of PT JNE Subang Branch. The data collection method used is direct interviews with parties involved with the problem being discussed as well as giving questionnaires to customers of PT JNE Subang Branch according to the research conducted. The analytical tool used is the Multiple Linear Regression Analysis. The results showed that partial quality has no effect on satisfaction, this is indicated by the t value of $1.608 < t$ table 1.676 and the Sig value of 0.114 greater than 0.05 . Then the price partially has no effect on satisfaction, this is evidenced by the t value $0.122 < t$ table 1.676 , and the Sig value 0.963 is greater than 0.05 . And simultaneously or together the value of F count $1.296 < F$ table 3.18 and the Sig value of 0.283 is greater than 0.05 . means that there is no significant influence between the quality and price variables on the satisfaction variable. Referring to the coefficient of determination, it shows that the effective contribution of service quality and price to consumer satisfaction is only 07.3% , so in connection with this, it is expected to focus more on price indicators such as selling prices, price suitability, and price comparisons.

Keywords: *Service Quality; Price; Customer Satisfaction*

Abstrak

Tingkat perkembangan ekonomi dunia dewasa ini ditandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula dengan tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan. Salah satu kebutuhan yang tak kalah penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Penelitian ini bertujuan untuk a) mengetahui pengaruh kualitas layanan customer service dan harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Cabang Subang b) mengetahui pengaruh kualitas layanan customer service dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT JNE Cabang Subang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT JNE Cabang Subang yang berjumlah 53 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah

Wawancara langsung kepada pihak-pihak yang terlibat dengan masalah yang sedang dibahas serta memberikan kuesioner kepada pelanggan PT JNE Cabang Subang yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Alat analisis yang digunakan yaitu Analisa Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan, hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 1.608 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0.114 lebih besar dari 0.05. Kemudian Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan hal ini di buktikan dengan nilai $t_{hitung} 0.122 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0,963 lebih besar dari 0.05. Dan secara simultan atau bersama-sama nilai $F_{hitung} 1.296 < F_{tabel} 3.18$ dan nilai Sig 0,283 lebih besar dari 0.05. berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas dan harga terhadap variabel kepuasan. Mengacu pada nilai koefisien determinasi, menunjukkan sumbangan efektif kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen hanya sebesar 07.3 %, maka sehubungan dengan hal tersebut, di harapkan lebih memfokuskan pada indikator harga seperti harga jual, kesesuaian harga dan perbandingan harga

Kata kunci: Kualitas Layanan; Harga; Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Salah satu kebutuhan hidup yang tak kalah penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jalur darat jumlahnya cukup banyak dari perusahaan kecil yang bersekala kecil sampai perusahaan asing berskala besar yang memiliki kantor cabang di mancanegara.

Perusahaan pengiriman jasa bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Layanan yang ditawarkan perusahaan pengiriman bervariasi. Ada yang menawarkan tujuan pengiriman ke luar kota di Indonesia dan berbagai negara di dunia, tetapi ada juga yang hanya menawarkan pengiriman ke tujuan-tujuan tertentu. Hal ini menjadikan daya saing antar perusahaan semakin ketat, sehingga di butuhkan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar menjadi pilihan utama pelanggan. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan.

Proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan pengguna jasa. Menurut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2007) kualitas pelayanan dikelompokkan ke dalam 5 dimensi yaitu *tangibles*,

reliability, responsiveness, assurance dan *empaty*. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki kepuasan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak puas disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Salah satu jasa pengiriman barang yang mungkin sudah sangat dikenal adalah titipan kilat JNE. Dengan cabangnya yang ada diseluruh penjuru tanah air, menjadikan JNE sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang terbesar yang ada di Indonesia. PT JNE (id.wikipedia.org/wiki/Jne) atau yang merupakan singkatan dari PT Jalur Nugraha Ekakurir adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman barang terbesar dan dengan jaringan terluas di Indonesia saat ini. Bermula dari beberapa orang personel dan modal usaha sebesar 100 juta rupiah, JNE mulai berkembang menjadi penyedia jasa pengiriman barang internasional pada waktu itu. Pada tahun 1991, JNE mulai melebarkan sayapnya saat bergabung dengan asosiasi yang menaungi perusahaan kurir di Asia ACCA yang berpusat di Hongkong. Permasalahan yang dihadapi oleh JNE Cabang Subang yaitu belum mampu bersaing dengan perusahaan sejenis, harga yang ditawarkan belum sebanding dengan pelayanan yang di berikan dan adanya kecenderungan penurunan kepuasan konsumen yang diakibatkan buruknya pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Bernadine, 2005) dalam Jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Study Kasus pada Rumah Makan Pondok laras di Kelapa Dua, Depok” didapatkan hasil bahwa kualitas layanan rumah makan Pondok Laras berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hasan, 2006) dalam Jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang” dengan variabel-variabel penelitian adalah *compliance, assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness*, dan kepuasan nasabah didapatkan hasil bahwa variabel *compliance, assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Widyasari, 2006) dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Graha Santika Semarang” dengan variabel-variabel penelitian adalah fasilitas, pelayanan dan kepuasan konsumen didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara fasilitas (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh (Mufidah, 2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh tersebut yaitu 70,8% yang berarti bahwa kualitas

pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) Kepuasan adalah: “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT JNE Cabang Subang yang beralamat di berada di Jl. R. A Kartini No.52A Kel.Pasirkareumbi Subang. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016) Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT JNE Cabang Subang.

Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2012). Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*, Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Dari data jumlah pengirim (*shipper*) yang mengirimkan paket di PT JNE Cabang Subang selama satu bulan.
- 2) Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi orang yang sedang mengirimkan paket di PT JNE Cabang Subang dan sudah pernah mengirimkan paket di PT JNE Cabang Subang lebih dari 1 kali. Hal ini dilakukan karena diharapkan hasil yang didapatkan dari kuesioner tersebut valid.

1. Operasional Variabel

Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan Harga sebagai variabel independen, Kepuasan sebagai variabel dependen. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel bebas (*Independent Variabel*)

1) Kualitas Layanan (X1)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat memengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh (Hamdani & Lupiyoadi, 2006). Kualitas pelayanan meliputi 10 item pertanyaan dengan indikator meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Ke lima indikator tersebut merupakan indikator penelitian ini.

2) Harga (X2)

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni, 2000). Indikator menurut (Hamdani & Lupiyoadi, 2006):

- a) Harga jual
- b) Kesesuaian harga
- c) Perbandingan harga

b. Variabel dependen (Y)

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diartikan sebagai hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat konsumen. Instrumen yang digunakan untuk mengukur Kepuasan konsumen berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh (Estalami, Maxwell, Martín-Consuegra, Molina, & Esteban, 2007). Pengukuran Kepuasan konsumen meliputi 12 item pertanyaan dengan indikator meliputi kesesuaian harapan, persepsi kinerja, penilaian konsumen, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

2. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah (Arikunto, 2006).

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer. Hasil perhitungan (pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) kemudian dikonsultasikan dengan r tabel dengan taraf signifikan 5%. Apabila dalam perhitungan di dapat $r_{xy} > r$ tabel maka instrumen tersebut valid dimana r tabel ditentukan dari jumlah sampel (N) dan jumlah variabel (k) sehingga diperoleh df (*degree of freedom*) dengan rumus $df = N - k$. Dalam uji validitas ini penulis menggunakan rumus *korelasi product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{(\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \parallel N \sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian antara X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat Y

n = Jumlah sampel

3. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabel tidaknya suatu data diujicobakan terlebih dahulu. Teknik untuk menguji reliabel atau tidaknya suatu alat ukur yaitu dengan teknik ulangan dengan cara memberikan angket yang sama sebanyak dua kali kepada sejumlah subyek yang sama pada waktu yang berbeda, kondisi pengukuran dijaga agar relatif sama. Sama halnya dengan uji validitas, uji reliabilitas menggunakan bantuan komputer. Hasilnya dapat dilihat pada output tabel *Reliability Statistic* nilai *Cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2_2}{\sigma^2_1} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ^3_2 = Jumlah varian butir

σ^1_2 = Varian total

Untuk mengetahui instrumen reliabel atau tidak dengan cara mengkonsultasikan *r alpha cronbach* dengan 0,6. Apabila hasil perhitungan koefisien korelasi atau *r alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,6 maka variabel dinyatakan reliabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%.

4. Uji Normalitas

Menurut (Imam, 2011) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk masing-masing variabel. Hipotesis yang digunakan adalah:

Hipotesis Nol (H_0) : data terdistribusi secara normal.

Hipotesis Alternatif (H_a) : data tidak terdistribusi secara normal.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika nilai *p-value* pada kolom *Asimp. Sig(2-tailed)* $>$ *level of significant* ($\alpha=0,05$), sebaliknya H_a ditolak.
- 2) H_0 ditolak jika nilai *p-value* pada kolom *Asimp. Sig(2-tailed)* $<$ *level of significant* ($\alpha=0,05$), sebaliknya H_a diterima (Nugroho,2005: 56).

5. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau belum (Imam, 2011). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

6. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat nilai korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.95), maka hal ini merupakan indikator adanya multikolinearitas. Mengamati nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut-off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan $VIF \geq 10$. Bila hasil regresi memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas dalam model regresi (Imam, 2011).

7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Imam, 2011). Jika *variance* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan uji *Glejser* yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan *absolute residual* terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

8. Pengujian Hipotesis

Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini melalui beberapa tahap yaitu menilai koefisien determinasi untuk perkiraan model regresi untuk melihat apakah variabel kualitas, kepuasan konsumen, dapat menjelaskan variabel Kepuasan Konsumen. Kemudian hasil uji hipotesis dapat dilihat dari hasil uji Anova yang mengindikasikan bahwa regresi linear ganda secara statistik sangat signifikan dengan parameter nilai F, sehingga persamaan regresi dapat dilihat variabel mana di antara variabel independen tersebut memberi pengaruh yang sangat besar terhadap konsumen.

9. Uji F (pengujian secara simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Signifikan apabila $p\text{ value} < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima. Tidak signifikan apabila $p\text{ value} > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak (Uyanto, 2009) Adapun penulis menggunakan rumus:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R = Koefisien Korelasi Ganda
- k = Jumlah Variabel Independen
- n = Jumlah sampel
- F_h = Harga F

10. Uji t (Pengujian secara parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dimana $t_{tabel} > t_{hitung}$, H_0 diterima, jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_1 diterima, begitupun jika $p > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak dan jika $p < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima. Adapun dalam uji parsial ini penulis menggunakan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- r = Nilai koefisien parsial
- n = Jumlah sampel

11. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada model linear berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1

(satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Penulis menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Determinasi total

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas layanan *costumer service* terhadap kepuasan konsumen secara parsial di PT JNE Cabang Subang, (2) pengaruh kualitas layanan *costumer service* terhadap kepuasan konsumen secara simultan di PT JNE Cabang Subang. Subjek dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang melakukan pengiriman barang atau jasa di PT JNE Cabang Subang, yang berjumlah 53 responden

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	25	47.2	47.2	47.2
	Perempuan	28	52.8	52.8	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah (2017)

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang berjumlah 53 orang, sebagian besar berjenis kelamin perempuan yakni 28 orang atau 52% dan sisanya adalah responden laki-laki berjumlah 25 orang atau 47.2%.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi
Profesi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	26	49.1	49.1	49.1
	Mahasiswa	20	37.7	37.7	86.8
	Pegawai	4	7.5	7.5	94.3
	Lain-Lain	3	5.7	5.7	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2017)

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa terdapat 26 responden atau 49.1% sebagai pelajar, sebanyak 20 responden atau 37.7% sebagai mahasiswa, sebanyak 4 responden atau 7.5% sebagai pegawai dan sebanyak 3 responden atau 5.7% lain-lain.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Berpenghasilan	30	56.6	56.6	56.6
500 rb - 1.5 Jt	17	32.1	32.1	88.7
1.5 Jt - 2 Jt	5	9.4	9.4	98.1
> 2 Jt	1	1.9	1.9	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2017)

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa 30 responden atau 56.6% belum berpenghasilan, sebanyak 17 responden atau 32.1% berpenghasilan antara 500rb – 1.5 jt, sebanyak 5 responden atau 9.4% berpenghasilan antara 1.5jt – 2 jt dan yang berpenghasilan diatas 2 jt sebanyak 1 responden atau 1.9 %.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	7	13.2	13.2	13.2
SMP	9	17.0	17.0	30.2
SMA	12	22.6	22.6	52.8
S1	16	30.2	30.2	83.0
S2	9	17.0	17.0	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2017)

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan SD sebanyak 7 responden atau 13.2%, SMP 9 responden atau 17.0%, SMA 12 responden atau 22%, S1 16 responden atau 30.2% dan yang berpendidikan S2 sebanyak 9 responden 17%.

Tabel 5 Deskriptif Variabel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas	53	24	39	31.45	4.055
Harga	53	7	15	11.34	1.775
Kepuasan	53	23	42	34.06	4.940
Valid N (listwise)	53				

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan table 5 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Rata-rata (mean) nilai kualitas dengan jumlah data 53 adalah 31.45. Nilai rata-rata minimum adalah 24.0 dan nilai maksimum adalah 39,0 dengan standart deviasi 4,055
- 2) Rata-rata (mean) Harga dengan jumlah data 53 adalah 11.34. Nilai rata-rata minimum adalah 7.0 dan nilai maksimum adalah 15,0, dengan standart deviasi 1.775. Hal.
- 3) Rata-rata (mean) Kepuasan dengan jumlah subyek 53 adalah 34.06. Nilai rata-rata minimum adalah 23.0 dan nilai maksimum sebesar 42,0 dengan standart deviasi 4.940.

B. Pembahasan

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Analisis validitas dan reliabilitas merupakan salah satu analisis kehandalan instrument penelitian. Instrument penelitian yang handal merupakan salah satu faktor pendukung kehandalan hasil penelitian. Penelitian akan valid dan reliabel apabila data yang dihasilkan juga valid dan reliabel. Data yang valid dan reliabel akan didapatkan jika instrumen penelitian yang digunakan juga valid dan reliabel.

Penelitian memerlukan data yang valid dan reliabel. Dalam rangka urgensi ini, maka kuesioner sebelum digunakan sebagai data penelitian primer, terlebih dahulu diujicobakan ke sampel uji coba penelitian. Uji coba ini dilakukan untuk memperoleh bukti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

2. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kesahihan tiap butir pertanyaan dalam angket (kuesioner). Uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan dalam instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor totalnya pada masing-masing konstruk. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment Pearson* dengan pengujian dua arah (*two tailed test*). Data diolah dengan bantuan program *SPSS for Windows release 20*.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	R hitung	R tabel 5%	Keterangan
Kualitas (X1)			
X1	0.675	0.271	Valid
X2	0.526	0.271	Valid
X3	0.410	0.271	Valid
X4	0.363	0.271	Valid
X5	0.646	0.271	Valid
X6	0.417	0.271	Valid
X7	0.666	0.271	Valid
X8	0.620	0.271	Valid
X9	0.592	0.271	Valid
Harga (X2)			
X2.1	0.514	0.271	Valid
X2.2	0.519	0.271	Valid
X2.3	0.556	0.271	Valid
Kepuasan (Y)			
Y1	0.861	0.271	Valid
Y2	0.747	0.271	Valid
Y3	0.777	0.271	Valid
Y4	0.606	0.271	Valid
Y5	0.580	0.271	Valid
Y6	0.595	0.271	Valid
Y7	0.637	0.271	Valid
Y8	0.489	0.271	Valid
Y9	0.324	0.271	Valid
Y10	0.356	0.271	Valid

Dari hasil uji validitas seperti yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} yang lebih kecil dari r_{tabel} (0,271) pada taraf signifikansi 5%. Artinya tiap pernyataan berkorelasi dengan skor skor totalnya dan data yang dikumpulkan dinyatakan valid (sahih) dan siap untuk dianalisis.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali pengukuran atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama. Pengujian *Cronbach Alpha* digunakan untuk menguji tingkat keandalan (*reliability*) dari masing-masing angket variabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha* semakin mendekati 1 mengidentifikasikan bahwa semakin tinggi pula konsistensi internal reliabilitasnya.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Kualitas	0.717	Reliabel
Harga	0.674	Reliabel
Kepuasan	0.728	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2017)

Hasil uji reliabilitas memperoleh nilai koefisien reliabilitas (r_{11}) yang lebih besar dari 0,6. Sesuai dengan pendapat (Ghozali, 2011) bahwa pernyataan dinyatakan reliabel (handal) jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Jadi pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel (dapat diandalkan).

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum melakukan penelitian data tersebut harus di uji kenormalan distribusinya. Dasar pengambilan keputusan dalam Uji normalitas adalah:

- Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka data tersebut berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini:

**Tabel 8 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas	Harga	Kepuasan
N		53	53	53
Normal Parameters ^a	Mean	31.45	11.34	34.06
	Std. Deviation	4.055	1.775	4.940
Most Extreme Differences	Absolute	.105	.141	.090
	Positive	.105	.104	.077
	Negative	-.083	-.141	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.762	1.027	.652
Asymp. Sig. (2-tailed)		.606	.242	.789

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas sebesar 0.606, harga 0.242 dan kepuasan 0.789 semuanya lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan data yang diuji berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

Melihat signifikansi, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang linier signifikan antara variabel (X) dengan variabel (Y).

Tabel 9 Uji Linieritas Kualitas Terhadap Kepuasan
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	264.787	15	17.652	2.582	.011
		Linearity	139.981	1	139.981	20.476	.000
		Deviation from Linearity	124.806	14	8.915	1.304	.255
	Within Groups		232.433	34	6.836		
Total			497.220	49			

Tabel 10 Uji Linieritas Harga Terhadap Kepuasan
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	184.220	18	10.234	1.014	.472
		Linearity	67.120	1	67.120	6.648	.015
		Deviation from Linearity	117.100	17	6.888	.682	.796
	Within Groups		313.000	31	10.097		
Total			497.220	49			

Dari hasil *output SPSS* pada table 10 diatas kualitas diperoleh nilai signifikasi 0.255 lebih besar dari 0.05 yang artinya terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel (X_1) dan variabel (Y).

Sedangkan pada table 4.9b kepuasan diperoleh nilai signifikasi 0.796 lebih besar dari 0.05 yang artinya terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel (X_2) dan variabel (Y).

c. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

**Tabel 11 Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

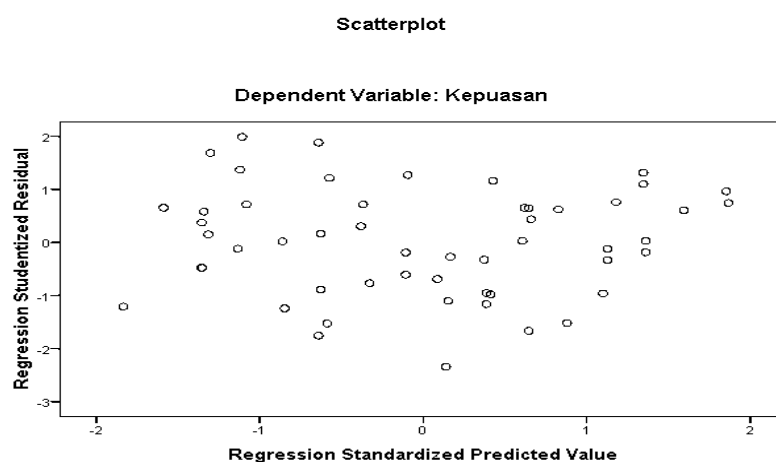
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.076	3.508		2.302	.026		
	Kualitas	.366	.099	.462	3.694	.001	.911	1.097
	Kepuasan	.147	.080	.230	1.836	.073	.911	1.097

a. Dependent Variable: Kepuasan

Nilai VIF (*variance index factor*) tidak menunjukkan adanya multikolinieritas (VIF kurang dari 10), sementara *tolerance* juga tidak ada kurang dari 0.10. Deteksi multikolinieritas melalui dua uji menunjukkan tidak adanya multikolinieritas

d. Uji Heteroskedastisitas

- Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, kesimpulannya adalah tidak terjadi heterokedastisitas.
- Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, kesimpulannya terjadi heterokedastisitas.



Gambar 1 Uji Heterokedastisitas

Grafik Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastis, model dinyatakan terbebas dari masalah heterokedastis.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan sebuah alat yang dapat berguna untuk meramalkan sesuatu di masa depan berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang guna memperkecil kesalahan di masa yang akan datang. Secara umum ada dua macam

hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu bentuk hubungan dan keeratan hubungan. Untuk mengetahui bentuk hubungan digunakan analisis regresi. Untuk keeratan hubungan dapat diketahui dengan analisis korelasi.

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan

**Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	19.997	5.661		3.533	.001
	Kualitas	.280	.174	.222	1.608	.114
	Harga	.041	.332	.017	.122	.903

a. Dependent Variable: Kepuasan

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y' = 19.997 + 0.280 X_1 + 0.041 X_2$$

Keterangan:

Y' = Yang diprediksi

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁ = Kualitas (%)

X₂ = Harga (%)

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 19.997; artinya jika kualitas (X₁) dan kepuasan (X₂) nilainya adalah 0, maka loyalitas (Y') nilainya adalah 19.997
- Koefisien regresi variabel kualitas (X₁) sebesar 0.280; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 0.280. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas dengan kepuasan, semakin naik kualitas maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi variabel harga (X₂) sebesar 0.041; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas mengalami kenaikan 1%, maka loyalitas (Y') akan mengalami penurunan sebesar 0.041. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara harga dengan kepuasan, semakin buruk harga maka semakin menurun kepuasan pelanggan.

6. Pengaruh Kualitas Secara Parsial Terhadap Kepuasan

Berdasarkan dari table 7 diatas nilai $t_{hitung} 1.608 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0.114 lebih besar dari 0.05, artinya secara parsial kualitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Cabang Subang

7. Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan

Berdasarkan dari table 7 diatas nilai $t_{hitung} 0.122 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0,963 lebih besar dari 0.05, artinya secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT JNE Cabang Subang

8. Pengaruh Kualitas dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan

Tabel 17 Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.614	2	33.307	1.296	.283 ^a
	Residual	1284.764	50	25.695		
	Total	1351.378	52			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil table 8 diatas nilai $F_{hitung} 1.296 < F_{tabel} 3.18$ dan nilai Sig 0,283 lebih besar dari 0.05, artinya secara bersama-sama kualitas dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan di PT JNE Cabang Subang

9. Hasil Koefisien Determinasi

Dari analisis di atas diperoleh R^2 sebesar 0,073 merupakan indeks determinasi, yakni presentase yang menyumbangkan pengaruh kesesuaian kualitas dan harga terhadap kepuasan. R square sebesar 0,073 menunjukkan bahwa 07,3% kepuasan dipengaruhi oleh variabel kualitas dan harga sedangkan sisanya 92.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 18 Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.270 ^a	.073	.036	4.850

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas

10. Interpretasi Hasil Penelitian

- Hipotesis Pertama: Kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis tersebut dapat diterima, Dari hasil perhitungan uji secara parsial nilai $t_{hitung} 1.608 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0.114 lebih besar dari 0.05 artinya secara parsial kualitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. di PT JNE Cabang Subang Hasil penelitian ini tidak mendukung

penelitian (Bernadine, 2005) dan (Hasan, 2006) dimana kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Ketidak berpengaruh ini dikarenakan PT JNE kurang memperhatikan indikator-indikator yang menjadi alat ukur kualitas maupun kepuasan pelanggan

- b. Hipotesis Kedua: Kualitas berpengaruh Terdapat pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan. Hipotesis tersebut dapat diterima, karena dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh diatas nilai $t_{hitung} 0.122 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0,963 lebih besar dari 0.05, ini berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap variabel kepuasan. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian (Hasan, 2006) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan
- c. Hipotesis Ketiga: Kualitas dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan. Hipotesis tersebut dapat diterima, karena dari hasil perhitungan uji secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} 1.296 < F_{tabel} 3.18$ dan nilai Sig 0,283 lebih besar dari 0.05, ini berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas dan harga terhadap variabel kepuasan. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian (Hasan, 2006) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama kualitas secara parsial menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 1.608 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0.114 lebih besar dari 0.05 artinya secara parsial kualitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan di PT JNE Cabang Subang. Dengan demikian H_0 di terima. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, harga secara parsial menunjukkan nilai $t_{hitung} 0.122 < t_{tabel} 1.676$ dan nilai Sig 0,963 lebih besar dari 0.05 artinya secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan di PT JNE Cabang Subang. Dengan demikian H_0 diterima. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, variabel kualitas dan harga secara bersama-sama atau simultan dengan nilai $F_{hitung} 1.296 < F_{tabel} 3.18$ dan nilai Sig 0,283 lebih besar dari 0.05 artinya kualitas dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan di PT JNE Cabang Subang. Dengan demikian H_0 diterima.

BIBLIOGRAFI

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bernadine. (2005). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Rumah Makan Pondok Laras di Kelapa Dua Depok. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 12(3), 318–336.
- Estalami, Hooman, Maxwell, Sarah, Martín-Consuegra, David, Molina, Arturo, & Esteban, Águeda. (2007). An integrated model of price, satisfaction and loyalty: an empirical analysis in the service sector. *Journal of Product & Brand Management*.
- Ferdinand, Agusty. (2012). *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS*.
- Hamdani, A., & Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Hasan, Hasan. (2006). Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang. *Akses*, 1(1), 56479.
- Imam, Ghozali. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 3*. Jakarta: Erlangga.
- Mufidah, Rokhimatul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi*. IAIN Purwokerto.
- Parasuraman, Ananthanarayanan, Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (2007). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111–124.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2016). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sumarni, Murti. (2000). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty.
- Uyanto, Stanislaus S. (2009). *Pedoman analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 282.
- Widyasari, Yulisha Anggun. (2006). *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap*

Udin Zaenudin

Kepuasan Konsumen pada Hotel Graha Santika Semarang. *Skripsi Tidak Dipublikasikan. STIKUBANK. Semarang. Ratih Hardiyati.*