

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN (SURVEY PADA JASA PENGIRIMAN JNE CABANG BANGKINANG KOTA)****FACTORS THAT AFFECT CUSTOMER SATISFACTION (SURVEY ON JNE DELIVERY SERVICE BANGKINANG CITY BRANCH)**

<sup>1)</sup> Jeng Opli, <sup>2)</sup> Mustafa Kamal, <sup>3)</sup> Auzar Ali

<sup>1)</sup> STIE Bangkinang, Kampar, [oply.nasferoy01@gmail.com](mailto:oply.nasferoy01@gmail.com)

<sup>2)</sup> STIE Bangkinang, Kampar, [mkkamal99@gmail.com](mailto:mkkamal99@gmail.com)

<sup>3)</sup> STIE Bangkinang, Kampar, [auzarali1957@gmail.com](mailto:auzarali1957@gmail.com)

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Populasi JNE cabang bangkinang kota ditahun 2019 sebanyak 18.884 orang, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di bangkinang kota yang pernah berkunjung dan memakai jasa JNE. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode accidental Sampling dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan analisis regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data-data tersebut dikumpul dengan menggunakan kuesioner dan file research. Dari hasil uji validitas, seluruh item dari pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa setiap butir item memiliki tingkat kehandalan yang baik dengan nilai alpha cronbach's diatas 0,5. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian dan tarif secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE dan secara parsial bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, kepedulian dan tarif sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian variabel jaminan sangat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE. Nilai koefisien korelasi menyatakan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat tergolong sangat kuat dengan besar kontribusi 58,1 %.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Tarif, Kepuasan Pelanggan

**ABSTRACT:** *This study aims to find out the factors that affect customer satisfaction in JNE Bangkinang Kota Branch delivery services. JNE branch population bangkinang city in 2019 as many as 18,884 people, the population in this study is people in bangkinang city who have visited and used the services of JNE. The sample was determined using accidental sampling method with the number of respondents in this study as many as 100 people with multiple linear regression analysis. The data type used consists of primary and secondary data. The data were collected using questionnaires and research files. From the validity test results, all items of the statement submitted to the respondent are declared valid. Reliability test results also showed that each item item has a good level of reliability with alpha cronbach's value above 0.5. From the results of the study, it can be concluded that variables free of physical evidence, reliability, responsiveness, warranty, care and tariff simultaneously affect customer satisfaction in using JNE delivery services and partially physical evidence, reliability, responsiveness, care and tariffs have a significant effect on customer satisfaction, while the collateral variable does not have a significant effect on customer satisfaction in using JNE delivery services. The correlation coefficient value states that the relationship of free variables with bound variables is classified as very strong with a contribution of 58.1 %.*

**Keyword:** *Service Quality, Tariff, Customer Satisfaction*

## A. PENDAHULUAN

Jasa pengiriman barang adalah salah satu bentuk layanan publik yang tawarkan kemudahan proses pengiriman barang ke berbagai kota secara aman serta dipertanggung jawabkan pihak perusahaan tersebut. Barang yang dikirim dapat berupa produk elektronik, dokumen, logistik dan lain-lain. Saat ini banyak sekali jasa pengiriman di Indonesia, seperti JNE, Express, Tiki, Pos Indonesia dan lain-lain. Alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang dapat melalui jalur darat, laut maupun udara. Jarak menjadi bagian penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan digunakan untuk mengangkut barang-barang kiriman tersebut.

Berbagai cara bisa dicapai oleh perusahaan guna meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagai contoh memperhatikan faktor-faktor Kualitas Pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli yang mana alternatif terpilih diharapkan sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan dari pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja atau hasil yang diterima. Adapun perkembangan jumlah pelanggan JNE Cabang Bangkinang Kota dapat dilihat pada Tabel 1

**Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pelanggan JNE Cabang Bangkinang Kota Tahun 2017-2019**

No.	Tahun	Jenis Pengiriman	Target Pelanggan (Orang)	Realisasi Pelanggan (Orang)	Persentase (%)
1	2017	Ongkos Kirim Ekonomis (OKE)	5.000	4.896	97,92
		Regular (REG)	4.800	4.625	96,35
		Super Speed (SS)	4.400	4.284	97,36
		Yakin Esok Sampai (Yes)	4.200	4.180	99,52
		<b>Jumlah / Rata-rata</b>	<b>18.400</b>	<b>17.985</b>	<b>97,74</b>
2	2018	Ongkos Kirim Ekonomis (OKE)	5.500	4.969	90,34
		Regular (REG)	4.900	4.860	99,18
		Super Speed (SS)	4.300	4.255	98,95
		Yakin Esok Sampai (Yes)	4.500	4.475	99,44
		<b>Jumlah / Rata-rata</b>	<b>19.200</b>	<b>18.559</b>	<b>96,66</b>
3	2019	Ongkos Kirim Ekonomis (OKE)	5.100	5.000	98,04
		Regular (REG)	4.900	4.734	96,61
		Super Speed (SS)	4.300	4.200	97,67
		Yakin Esok Sampai (Yes)	5.050	4.950	98,02
		<b>Jumlah / Rata-rata</b>	<b>19.350</b>	<b>18.884</b>	<b>97,59</b>
<b>Total Rata-rata</b>				<b>55.428</b>	

**Sumber: JNE Cabang Bangkinang Kota, 2020**

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa realisasi jumlah Pelanggan JNE Cabang Bangkinang Kota belum mencapai target yang telah ditetapkan. Selain hal tersebut, realisasi pelanggan JNE Cabang Bangkinang Kota mengalami penurunan. Hal ini mengindikasikan bahwa terjadi penurunan terhadap kepuasan pelanggan JNE yang menggunakan jasa pengiriman barang di Bangkinang Kota tersebut. Oleh karena itu, hal ini perlu mendapat perhatian dari pihak perusahaan JNE dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memperhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang dipersiapkan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kurang baiknya kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan, jika kepuasan tersebut terjadi pelanggan tersebut dapat mengubah sikapnya dengan kecenderungan beralih menggunakan produk atau jasa dari pesaing lainnya. Adapun data rekapitulasi laporan keluhan pelanggan JNE Cabang Bangkinang Kota dapat dilihat pada Tabel 2

**Tabel 2: Data Rekapitulasi Laporan Keluhan Pelanggan JNE Cabang Bangkinang Kota Tahun 2017-2019**

No.	Tahun	Jumlah Pelanggan (Orang)	Keluhan Pelayanan (Orang)	Persentase (%)
1.	2017	18.400	2.500	13,59
2.	2018	19.200	3.000	15,62
3.	2019	19.350	3.500	18,09

**Sumber : JNE Cabang Bangkinang Kota, 2020**

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa dalam tiga tahun terakhir terjadi peningkatan jumlah keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan JNE Cabang Bangkinang Kota. Peningkatan jumlah keluhan pelanggan dari tahun ke tahun terhadap pelayanan ini diindikasikan karena meningkatnya jumlah pelanggan yang komplain terhadap beberapa masalah diantaranya, pelayanan karyawan yang kurang baik. Perusahaan yang terpenting adalah bagaimana memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, sehingga pihak perusahaan dapat mengembangkan produk atau jasa, biaya, distribusi, proses pelayanan dan penyediaan sarana fisik perusahaan yang dapat memperluas pangsa pasar untuk

mempertahankan pelanggan yang ada dan perlu adanya komitmen yang tinggi baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia dan dukungan teknologi yang canggih agar kualitas produk dan jasa benar-benar sesuai dengan harapan mereka sehingga dapat terciptanya suatu kepuasan pelanggan.

Pelayanan berkualitas mempunyai peran penting membentuk kepuasan seorang pelanggan, yang mana erat kaitannya dengan menciptakan keuntungan perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan diberikan oleh suatu perusahaan membuat kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin tinggi. JNE yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman dituntut dapat memberikan pelayanan berkualitas untuk pelanggannya. Keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang berdasarkan pada kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut apakah sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atau tidak. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka jumlah pelanggan yang datang pun akan naik. Salah satu hal yang menjadi penyebab terjadinya kepuasan pelanggan adalah dari segi kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan Tarif secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Sedangkan Tujuan penelitian ini guna Untuk mengetahui *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan Tarif secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota.

### **Kepuasan Pelanggan**

Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah. Pembeli akan mempertimbangkan kepuasan berdasarkan harapan dan biaya yang harus dibayar. Harapan dan biaya harus beriringan agar menciptakan kepuasan pelanggan.

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

Menurut Lovelock dan Wirtz (2016:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Sedangkan menurut Tjiptono (2015:146), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”.

Sumarwan (2011:47) menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut.

### **Pelayanan**

Dalam setiap kegiatan pembelian baik berupa barang atau jasa, setiap konsumen selalu mengharapkan dan memperoleh barang maupun jasa sesuai dengan keinginannya. Sehingga ia merasa puas atas pengeluaran yang dilakukannya untuk mendapatkan barang maupun jasa. Tidak jarang kita melihat orang-orang tertentu yang rela mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk memperoleh kepuasan dalam mengkonsumsi produk yang sangat baik. Pelayanan adalah merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.

Lupiyoadi (2016:175) Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan itu terdapat kompetensi (persaingan) dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Dengan diterapkannya service quality ini dapat dilihat, apakah kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, serta dalam usaha untuk menghadapi persaingan, perusahaan harus memiliki strategi yang lebih efisien dibanding pesaing yang ada. Untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa salah satu alat untuk mendukung strategi bersaing agar lebih baik adalah dengan memiliki kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2011:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan merupakan

tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Produk atau jasa yang bisa memuaskan ialah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh pelanggan sampai pada titik tertentu. Dalam konteks ini perilaku pelanggan setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut J,R,G, Sianipar (2013 : 15) pelayanan adalah cara melayani, membantu, ,menyiapkan, mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan, kebutuhan seseorang maupun kelompok. Artinya yang dilayani adalah masyarakat yang terdiri dari individu, golongan dan organisasi atau pelayanan dapat pula diartikan suatu cara atau teknik memenuhi, menanggapi kepentingan kebutuhan dan keluhan orang lain.

Dalam setiap pekerjaan tersebut, perusahaan memperoleh imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama. Dalam setiap kegiatan pembelian baik itu berupa barang maupun jasa setiap konsumen selalu berharap memperoleh barang maupun jasa yang sesuai dengan yang diinginkannya sehingga dia merasa puas atas pengeluaran yang dilakukannya untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas.

**Tarif**

Menurut Kotler & Keller, (2013:30) mengatakan bahwa tarif pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Tarif merupakan suatu nilai yang diberikan atas bentuk dari daya, upaya dan tanggung jawab terhadap suatu bentuk kegiatan dan transaksi. Sedangkan Alma (2017:51) menyatakan bahwa “harga (tarif) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh seseorang untuk memperoleh sesuatu (barang atau jasa)”. Harga mempunyai peranan penting dalam keberhasilan pemasaran produk dan kelangsungan hidup perusahaan.

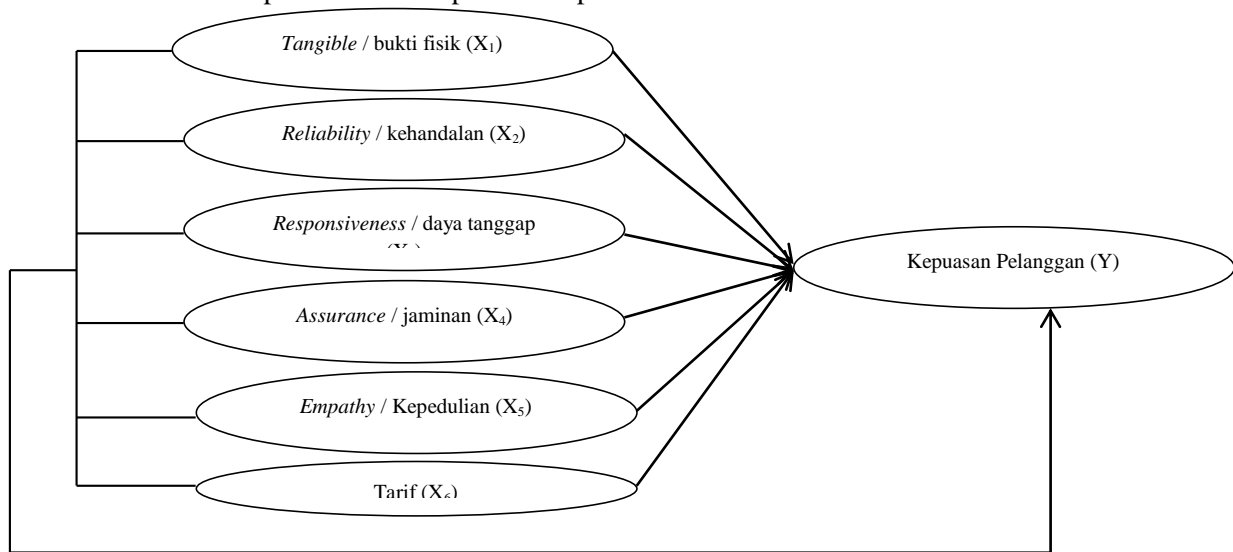
Dalam Penetapan harga, dalam hal ini adalah tarif, tarif dipengaruhi beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi ada dua macam yaitu faktor internal dan eksternal (Kotler, 2011 : 440) Faktor internal meliputi : Tujuan Pemasaran, Strategi bauran pemasaran, Biaya, Pertimbangan-pertimbangan organisasi. Sedangkan Faktor eksternal Faktor eksternal meliputi : Sifat pasar permintaan, Persaingan, Faktor lingkungan lainnya.

**Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Diduga *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan Tarif secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota.

**Model Penelitian**

Model dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1



**Variabel Independen (X)**

**Variabel Dependen (Y)**

**Gambar 1. Model Penelitian**

### Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini adalah :

1. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono 2015:149). Indikator variabel ini adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi.
2. *Tangible*/Bukti Fisik adalah Kemampuan suatu perusahaan untuk dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal (Lupiyoadi 2016:148). Indikator variabel ini adalah Kenyamanan, Perlengkapan dan peralatan, Penampilan.
3. *Reliability*/Kehandalan adalah Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Lupiyoadi 2016:148). Indikator variabel ini adalah Kecermatan Karyawan, Kemampuan Karyawan, Tidak terjadi kesalahan.
4. *Responsiveness*/Daya Tanggap adalah Suatu keinginan guna membantu serta memberikan berbagai pelayanan yang cepat dan tepat terhadap pelanggan dengan penyampaian informasi yang sangat jelas (Lupiyoadi 2016:148). Indikator variabel ini adalah Informasi yang jelas, Pelayanan cepat, Pelayanan Tepat.
5. *Assurance*/Jaminan adalah Pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para karyawan perusahaan guna menumbuhkan rasa percaya kepada para pelanggan perusahaan (Lupiyoadi 2016:148). Indikator variabel ini adalah Pelayanan Sopan, Terampil, Pengetahuan memadai.
6. *Emphaty* / Kepedulian adalah Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Lupiyoadi 2016:148). Indikator variabel ini adalah Mengutamakan kepentingan pelanggan, Perhatian, Kemudahan dalam menghubungi.
7. Harga (tarif) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh seseorang untuk memperoleh sesuatu barang atau jasa (Alma 2017:51). Indikator variabel ini adalah Keterjangkauan, Perbandingan tarif, Kesesuaian tarif.

### B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini sudah dilaksanakan di JNE Cabang Bangkinang Kota yang terletak di Jalan Agussalim Bangkinang Kota. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 2 bulan yaitu dimulai dari bulan Juni sampai dengan bulan Juli tahun 2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melalui penyebaran kuesioner, *file research*, observasi dan wawancara.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Bangkinang Kota yang pernah berkunjung dan memakai jasa JNE Cabang Bangkinang Kota pada tahun 2019 jumlahnya yaitu 18.884 pelanggan dan berdasarkan rumus Slovin diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang pelanggan yang pernah berkunjung dan memakai jasa JNE Cabang Bangkinang Kota. Teknik pengumpulan sampel tersebut yaitu dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisa data dilakukan dengan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan: Y= Kepuasan pelanggan,  $\alpha$ = Konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$ , Koefisien regresi,  $X_1$ =*Tangible* (Bukti Fisik),  $X_2$ =*Reliability* (Kehandalan),  $X_3$ =*Responsiveness* (Daya Tanggap),  $X_4$ = *Assurance* (Jaminan),  $X_5$ = *Emphaty* (Kepedulian),  $X_6$ =Tarif, E=Standar *Error*. Selanjutnya pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t dengan alpha 5%.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Hasil Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) v.23.00 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3: Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-2.338	1.425
Bukti Fisik	.314	.098
Kehandalan	.258	.128
Daya Tanggap	.175	.069
Jaminan	-.038	.073
Kepedulian	.256	.110
Tarif	.277	.088

**Sumber: Data Olahan, 2020**

Berdasarkan tabel 3 di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda yang dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = -2,338 + 0,314 X_1 + 0,258 X_2 + 0,175 X_3 - 0,038 X_4 + 0,256 X_5 + 0,277 X_6$$

Dari persamaan diatas Nilai konstanta (a) adalah bernilai negatif -2,338 artinya Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif memiliki nilai nol (0), maka Kepuasan Pelanggan akan tetap ada sebesar -2,338. Nilai koefisien regresi variabel Bukti Fisik (β1) bernilai Positif, yaitu 0,314 artinya setiap peningkatan variabel Bukti Fisik sebesar 1 satuan, akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,314 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol). Nilai koefisien regresi variabel Kehandalan (β2) bernilai positif, yaitu 0,258 artinya setiap peningkatan variabel Kehandalan sebesar 1 satuan, akan meningkatkan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,258 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol). Nilai koefisien regresi variabel Daya Tanggap (β3) bernilai positif, yaitu 0,175 artinya setiap peningkatan variabel Daya Tanggap sebesar 1 satuan, akan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,175 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol). Nilai koefisien regresi variabel Jaminan (β2) bernilai negatif, yaitu -0,038 artinya setiap peningkatan variabel Jaminan sebesar 1 satuan, akan menurunkan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar -0,038 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol). Nilai koefisien regresi variabel Kepedulian (β3) bernilai positif, yaitu 0,256 artinya setiap peningkatan variabel Kepedulian sebesar 1 satuan, akan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,256 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol). Nilai koefisien regresi variabel Tarif (β3) bernilai positif, yaitu 0,277 artinya setiap peningkatan variabel Tarif sebesar 1 satuan, akan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,277 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai 0 (nol). Selanjutnya hasil pengujian hipotesis secara simultan dalam penelitian ini seperti yang terlihat pada Tabel 4

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	273.168	6	45.528	23.858	.000 <sup>b</sup>
Residual	177.472	93	1.908		
Total	450.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Tarif, Jaminan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Kehandalan, Kepedulian

**Sumber :Data Olahan, 2020**

Dari Tabel 4, dapat dilihat bahwa signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Sedangkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dalam penelitian ini seperti yang terlihat pada Tabel 5

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)**

Coefficients <sup>a</sup>				
Variabel	t	Sig.	A	Keterangan
Bukti Fisik	3.213	0.002	0,05	Berpengaruh Signifikan
Kehandalan	2.017	0.047	0,05	Berpengaruh Signifikan
Daya Tanggap	2.528	0.013	0,05	Berpengaruh Signifikan
Jaminan	- 0,522	0.603	0,05	Tidak Berpengaruh Signifikan
Kepedulian	2.330	0.022	0,05	Berpengaruh Signifikan
Tarif	3.136	0.002	0,05	Berpengaruh Signifikan

**Sumber: Data Olahan, 2020**

Dari Tabel 5, diketahui hasil signifikansi yang didapat, ternyata signifikansi variabel Bukti Fisik lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Variabel Kehandalan ( $X_2$ ) diperoleh signifikansi sebesar 0,047. Berdasarkan hasil signifikansi yang didapat, ternyata signifikansi variabel Kehandalan lebih kecil dari 0,05 ( $0,047 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Variabel Daya Tanggap ( $X_3$ ) diperoleh signifikansi sebesar 0,013. Berdasarkan hasil signifikansi yang didapat, ternyata signifikansi variabel Daya Tanggap lebih kecil dari 0,05 ( $0,013 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Variabel Jaminan ( $X_4$ ) diperoleh signifikansi sebesar 0,603. Berdasarkan hasil signifikansi yang didapat, ternyata signifikansi variabel Jaminan lebih besar dari 0,05 ( $0,603 > 0,05$ ), artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Variabel Kepedulian ( $X_5$ ) diperoleh signifikansi sebesar 0,022. Berdasarkan hasil signifikansi yang didapat, ternyata signifikansi variabel Kepedulian lebih kecil dari 0,05 ( $0,022 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kepedulian terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Variabel Tarif ( $X_6$ ) diperoleh signifikansi sebesar 0,002. Berdasarkan hasil signifikansi yang didapat, ternyata signifikansi variabel Tarif lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Tarif terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Hasil pengujian koefisien korelasi dan determinasi dalam penelitian ini seperti yang terlihat pada Tabel 6

**Tabel 6. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 <sup>a</sup>	.606	.581	1.381	2.087

a. Predictors: (Constant), Tarif, Jaminan, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Kehandalan, Kepedulian

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Sumber: Data Olahan, 2020**

Dari Tabel 6, diketahui bahwa Koefisien Korelasi (R) diperoleh sebesar 0,779, artinya variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif terdapat keeratan hubungan yang kuat terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Selanjutnya kontribusi variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan *koefisiensi adjusted R Square* ( $R^2$ ). Dari hasil pengolahan data, diperoleh Adjusted R Square sebesar 0.581, artinya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar  $0.581 \times 100\% = 58,1\%$ , ditentukan oleh variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif. Sedangkan sisanya sebesar 41,9 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang menunjukkan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

Hasil uji Parsial untuk variabel  $X_1$  menjelaskan bahwa variabel Bukti Fisik secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Karena signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa Bukti fisik atau *Tangible* merupakan fasilitas dan pelayanan fisik yang disediakan oleh perusahaan untuk para pelanggannya. Bukti fisik yang diberikan kepada konsumen merupakan bentuk fasilitas yang ada dalam sebuah perusahaan tersebut, fasilitas yang menunjang kegiatan para pelanggan dan layanan kepada konsumen seperti tampilan dan interior bangunan JNE, peralatan yang digunakan serta kebersihan dan kerapian para pegawai sehingga dapat menghasilkan suatu bentuk timbal balik yang baik bagi JNE maupun pelanggannya. Karena suatu pelayanan tidak dapat dilihat, diraba dan dicium, akan tetapi dapat dirasakan sehingga aspek sarana fisik menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Ari Setyaningrum, dkk (2015:304) menjelaskan bahwa bukti secara fisik merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa. Kualitas lingkungan jasa yang baik secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa yang diterima. Lingkungan jasa yang nyaman dan sesuai target pasar yang dituju juga akan membuat konsumen bersedia menghabiskan lebih banyak waktu atau lebih sering mengunjungi outlet jasa. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Periadi Junaidi, Noorlaily Maulida (2017) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan travel ijejela banjarmasin. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Bukti Fisik secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Selanjutnya berdasarkan Hasil uji Parsial untuk variabel  $X_2$  menjelaskan bahwa variabel Keandalan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa Keandalan dalam kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya serta terletak pada pegawainya dimana dalam pemberian pelayanan dapat terlihat dari keandalan memberikan pelayanan sesuai dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki, keandalan dalam terampil menguasai bidang kerja yang diterapkan sesuai dengan kemampuan yang mereka punya. Semakin tinggi keandalan yang ditunjukkan oleh pegawai, maka semakin tinggi pula prestasi kerjanya dan begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono & Chandra, 2011:198) Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Edy Haryanto (2013) Kualitas layanan, fasilitas dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor samsat manado. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keandalan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil uji Parsial untuk variabel  $X_3$  menjelaskan bahwa Variabel Daya Tanggap secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Daya tanggap merupakan respon atau kesiapan para pegawai dalam membantu pelanggannya dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Perusahaan harus memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap pelanggan sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri, bisa saja pelanggan akan menggunakan atau memakai jasanya kembali atau bahkan pelanggan baru akan bertambah karena mendapatkan rekomendasi dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa tersebut sebelumnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2011:198) Daya Tanggap merupakan Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Hilmawati Wahyuddin (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan listrik Prabayar pada PT. PLN (Persero) unit induk UP3 Parepare. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil uji Parsial untuk variabel  $X_4$  menjelaskan bahwa variabel Jaminan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05. *Assurance* atau jaminan merupakan kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan rasa percaya pada pelanggannya serta bersikap sopan terhadap pelanggan, ini jelas dapat menimbulkan rasa percaya diri konsumen serta menjadi tolak ukur konsumen memilih dan puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga membuat konsumen merasa percaya dan aman ketika mengirimkan suatu barang dengan menggunakan jasa pengiriman ini. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan



oleh Menurut Tjiptono (2011 : 175) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Hal ini tidak didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Fachruzi Amir (2012) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. hasjrat abadi di makasar. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Jaminan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil uji Parsial untuk variabel  $X_5$  menjelaskan bahwa Variabel Kepedulian secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam setiap pelayanan yang dilakukan sangat diperlukan adanya kehadiran empati atau kepedulian terhadap segala hal didalamnya. Komunikasi yang terjalin antara pelanggan dengan perusahaan sangat penting, dengan adanya komunikasi yang baik maka sebuah perusahaan akan dengan cepat tahu keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Terciptanya komunikasi yang baik antara pegawai dengan konsumen serta pegawai yang peduli dengan keluhan para pelanggan akan memberikan perasaan puas terhadap layanan yang diberikan namun pelanggan juga harus mengerti dan memahami dengan berbagai kondisi yang ada dalam perusahaan dengan tidak memaksakan kehendak yang berlebihan sehingga tercipta hubungan yang saling mengerti antar perusahaan dan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut Menurut Tjiptono, (2011:175) perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Eka Farhatun Hidayah (2014) Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. BPR profidana paramitra sewon bantul yogyakarta. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepedulian secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil uji Parsial untuk variabel  $X_6$  menjelaskan bahwa Variabel Tarif secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam pengiriman barang diperlukan adanya tarif. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut Alma (2017:51) menyatakan bahwa “harga (tarif) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh seseorang untuk memperoleh sesuatu (barang atau jasa)”. Harga mempunyai peranan penting dalam keberhasilan pemasaran produk dan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Salma Hafizha, Abdurrahman, Hanifa Sri Nuryani (2019) Pengaruh Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tariff pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J & T Express (studi kasus pada pelanggan J & T express cabang kota Sumbawa besar). Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Tarif secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi menunjukkan bahwa hubungan variabel Bebas (Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) ditemukan hasil sebesar 0,779, berada pada interval 0,600 – 0,799. Dari hasil tersebut maka dapat ditafsirkan bahwa hubungan variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan memiliki tingkat hubungan yang kuat. Adapun Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebesar 0,581 atau 58,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independent sebesar 58,1 %. Sedangkan sisanya sebesar 41,9 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

#### **D. PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kesimpulan Deskriptif
  - a. Identitas Responden yang lebih banyak menggunakan Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota didominasi oleh Perorangan sebesar 75,0 %.
  - b. Tanggapan terhadap Bukti Fisik, Daya Tanggap, Kepedulian, Tarif yaitu Puas, sedangkan Kehandalan dan Jaminan adalah Cukup Puas.
2. Kesimpulan Verifikatif

- a. Berdasarkan uji secara simultan (bersama-sama), variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian dan Tarif berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota.
- b. Berdasarkan uji secara parsial (individu), variabel Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Kepedulian dan Tarif berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota. Sedangkan variabel Jaminan secara Parsial (individu) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Bangkinang Kota.
- c. Hubungan variabel independent dan dependent bahwa terdapat hubungan yang kuat, dengan kontribusi variabel dependent sebesar 58,1%. Sedangkan sisanya sebesar 41,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2017, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung
- Fachruzi Amir, 2012, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Di Makassar*, Jurnal Management.
- Hafizha, Salma, Abdurrahman dan Nuryani, Sri, Hanifa. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J & T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J & T Express Cabang Kota Sumbawa Besar, Vol. 2 No. 1
- Haryanto, Edy. 2013. “Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado”, Jurnal Emba, Vol. 1 No. 3.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2016. “*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*”. Erlangga: Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat: Jakarta.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf, Udaya dan Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran – Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. ANDI : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Wahyuddin, Hilmawati. 2019. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Unit Induk UP3 Parepare*”, Jurnal Ekonomos, Vol 2 No.1.