

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Manado

Gracia P.P. Damalang
J. A. F. Kalangi
Lucky F. Tamengkel

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
E-mail: graciadamalang1998@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at JNE Manado Branch. This research methodology uses a quantitative research approach. The sampling technique used was wa convenience sampling with a population of 95 people. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to customers who had used the services of the main JNE branch office in Manado. Analysis of the data used using the Method of Successive Internal (MSI) and simple linear regression analysis. The result of the analysis of the coefficient of determination (R^2) is known to be 0.727. This shows that 72.7% of the variation in the fluctuation of the consumer satisfaction variable is influenced by the service quality variable, while 27.3% is influenced by other variables not included in the model. The results showed that there was a significant simultaneous and partial effect between service quality on customer satisfaction at JNE Manado Branch.*

Keywords: *Quality, Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Manado. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan wa convenience sampling dengan populasi 95 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang telah menggunakan layanan kantor cabang utama JNE di Manado. Analisis data yang digunakan dengan menggunakan Method of Successive Internal (MSI) dan analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui besarnya 0.727. Ini menunjukkan bahwa 72,7% variasi perubahan naik turunnya variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan 27,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Manado.

Kata Kunci: Kualitas, Kepuasan

Pendahuluan

Di dalam perkembangan yg ada di era sekarang ini, ada berbagai hal yang telah berkembang ditengah masyarakat. Salah satu dari sekian hal yang ada tersebut adalah kenaikan dari tren pengiriman logistik lewat jasa pengiriman barang. Pemasaran jasa berbeda dengan pemasaran produk karena secara kasat mata tidak dapat dilihat dan menimbulkan berbagai permasalahan dalam mengembangkan strategi pemasaran.

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT JNE cabang Manado merupakan kualitas layanan hal yang sangat penting untuk perusahaan jasa, untuk mempertahankan kualitas layanan perusahaan jasa harus senantiasa melakukan survei dari waktu ke waktu kepada konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan dan

diharapkan terhadap perusahaan jasa selaku penyedia layanan.

JNE adalah perusahaan kurir dan logistik terbesar yang didukung secara ONLINE yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, penanganan kepabeanan serta distribusi di Indonesia. Layanan Regular mencapai kota dan kabupaten tujuan di seluruh Indonesia. Produk layanan kami sangat bervariasi namun YES (Yakin Esok Sampai) yang disertai laporan penyampaian secara otomatis melalui layanan SMS adalah merupakan produk andalan JNE saat ini. Walaupun layanan JNE berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya jaminan uang kembali merupakan komitmen JNE untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang

baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. JNE Cabang Manado yang beralamat di Jl. Yos Sudarso No.28A, Kairagi Weru, Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu penelitian januari 2021 – maret 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. JNE Cabang Manado di Jl. Yos Sudarso No.28A, Kairagi Weru, Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu penelitian januari 2021 – maret 2021.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Sedangkan menurut Tjiptono (2006), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Oleh sebab itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan. Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. menyatakan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. *Tangible.*
2. *Reliability.*
3. *Responsiveness.*
4. *Assurance.*
5. *Emphaty.*

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Juwandi (2004) faktor –faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Kualitas Pelayanan atau Service Quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan kendali yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL

4. Faktor Emosional atau Emotional Factor,

Metode Penelitian.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian dilakukan di JNE cabang Manado. Metode Penelitian Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2011:8).

Data dan Sumber Data

- 1) Data primer Yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian yaitu dari Bank dan nasabah.
- 2) Data sekunder Yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber data seperti data kepustakaan, literature, serta referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian yaitu sejumlah 2.072 populasi berdasarkan data JNE cabang manado. Sampel yang peneliti ambil berjumlah 95 sampel yang diukur dengan menggunakan rumus Slovin (1960) yang dikutip sevilla (1994) sebagai berikut (Umar Husein, 1999 : 49)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2012:188) digunakan untuk melihat pengaruh dua variabel yang diteliti, yaitu variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adapun rumus yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

Keterangan :

Y' = Variabel Terikat (Kepuasan pelanggan)

X = Variabel Bebas (Kualitas pelayanan)

a dan b = konstanta

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).

Uji Hipotesis (uji t)

Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan besarnya angka taraf signifikasn korelasi variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara dengan

menggunakan uji t ,untuk mengetahui taraf signifikan hubungan antar kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Indikator Variabel	Rhitung	Rtabel	Ket.
X1 Tangible	603,2	0,166	Valid
X2 Reliability	742,3	0,166	Valid
X3 Responsiveness	722	0,166	Valid
X4 Assurance	642,75	0,166	Valid
X5 Empaty	722	0,166	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 25 (2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa rhitung dari seluruh jumlah variabel kualitas pelayanan memperoleh data lebih besar dari nilai kritis atau rtabel. rhitung > ttabel (0,166).

Uji Reliabilitas

Indikator Variabel	Cronbach's Alpha	Rtabel	Ket.
X1 Tangible	.559	0,166	Valid
X2 Reliability	.601	0,166	Valid
X3 Responsiveness	.691	0,166	Valid
X4 Assurance	.525	0,166	Valid
X5 Empaty	.691	0,166	Valid

Nilai rtabel pada taraf signifikan 95% dengan jumlah responden n =95, dan df =n-2 (95-2= 93) adalah 0,166, dengan demikian nilai Cronbach Alpha > 0,166 rtabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.521	1.097		1.386	.169
TANGIBLE	.547	.154	.574	3.555	.001
RELIABILITY	.555	.094	.450	5.893	.000
RESPONSIVENESS	-.748	.141	-.762	-5.294	.000
ASSURANCE	.011	.136	.009	.080	.936
EMPATHY	.544	.118	.544	4.609	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel berikut ini menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan dan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan pada JNE cabang manado. Konstanta sebesar 1.521 akan menyatakan nilai kepuasan pelanggan sebesar 1.521

dengan tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy bernilai konstan.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.727	.711	1.15618

a. Predictors: (Constant), EMPATHY, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, TANGIBLE

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dapat di lihat pada tabel di atas bahwa R² (R square) = 0.727 yang merupakan besarnya pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy pada kepuasan konsumen sebesar 72,7% dan sisanya 27,3 % dinyatakan oleh variabel lainnya.

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
			Beta		
1 (Constant)	1.521	1.097		1.386	.169
TANGIBLE	.547	.154	.574	3.555	.001
RELIABILITY	.555	.094	.450	5.893	.000
RESPONSIVENESS	-.748	.141	-.762	-5.294	.000
ASSURANCE	.011	.136	.009	.080	.936
EMPATHY	.544	.118	.544	4.609	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

- Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X1 TANGIBLE terhadap Y adalah sebesar 0,001 < 0.05 dan nilai thitung 3.555 > 1,660, dengan pengaruh tangible terhadap kepuasan konsumen sebesar 57,4% Sehingga dapat di simpulkan bahwa X1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y
- Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X2 RELIABILITY terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0.05 dan nilai thitung 5.893 > 1.660, dengan pengaruh reliability terhadap kepuasan konsumen sebesar 45% sehingga dapat di simpulkan bahwa X2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y
- Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X3 RESPONSIVENESS terhadap Y adalah 0,000 < 0.05 dan nilai thitung -5.294 > 1.660, sehingga dapat di katakan bahwa X3 memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan jasa tersebut.

- d. Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X4 ASSURANCE terhadap Y adalah 0.936 > 0.05 dan nilai thitung $0.080 < 1.660$, sehingga dapat dikatakan bahwa X4 tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y
- e. Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X5 EMPATHY terhadap Y adalah 0.000 < 0.05 dan nilai thitung $4.609 > 1.660$, sehingga dapat disimpulkan bahwa X5 diterima yang berarti terdapat pengaruh X5 terhadap variabel Y

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen. Dengan adanya hasil ini berarti ada Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang kuat dan merupakan faktor yang penting terhadap peningkatan Kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Pengaruh Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan dan dijelaskan di atas, dilihat berdasarkan uji F bahwa Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, Empathy secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai Fhitung 47.307 dan Ftabel = 3,09, jadi Fhitung. > Ftabel, artinya bahwa hipotesa H6 diterima dimana variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy sama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT JNE cabang Manado. Nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2, X3, X4, X5 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ maka model regresi dapat dikatakan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT JNE cabang Manado.

Peneliti Terdahulu

Hal ini dapat di buktikan oleh Peneliti Terdahulu Mas Arod M. (2016) dalam penelitiannya berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa

Pengiriman Barang" (STUDI KASUS PADA PT JNE DI BANDAR LAMPUNG) bertujuan yaitu kualitas jasa (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang (studi kasus JNE diBandar Lampung).

Hasil pengujian hipotesis tersebut didasarkan pada hasil perhitungan secara statistik melalui Regresi Berganda pada tingkat Alpha 5% dan derajat kebebasan sebesar 94 yaitu sebagai berikut. Berdasarkan hasil pengujian melalui Uji F untuk mengetahui pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pengiriman barang diperoleh nilai F hitung sebesar 6,359 dengan nilai signifikansi hitung 0,000 ternyata nilai ini lebih kecil dibandingkan dengan nilai alpha yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu 5 %. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui uji-t (student-t,) ternyata untuk masing-masing variabel diperoleh nilai signifikansi hitung yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai alpha yaitu 0.05

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di uraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut : a. hipotesa H6 diterima dimana variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy sama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT JNE cabang Manado. b. Variabel Independen yakni Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy secara simultan/bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan artinya variabel independen yakni Tangible, Reliability, Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan variabel Responsiveness berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan dan variabel Assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga naik, dan jika variabel independen turun maka variabel dependen juga menurun.

Referensi

- Fandy Tjiptono (2006). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono 2009:60. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Fandy Tjiptono (2014) Pemasaran Jasa. Gramedia Cawang. Jakarta
- Sugiyono (2011:8). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Juwandi, Hendy Irawan (2004). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2012). *Marketing Management 14th pearson education*
- Umar H, 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Supramono dan Haryanto, 2003, *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta