

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JNE EXPRESS CABANG UTAMA PANGKALPINANG

Vittria Ningsih
Deara Shinta Lestari
Yunita Maharani

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkalpinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract : *The research method uses a quantitative descriptive approach. The data collected by distributing questionnaires to 100 respondents in this study were consumers of JNE Express Pangkalpinang Main Branch. The sample is determined using the Accidental Sampling technique. Data analysis used Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, Coefficient of Determination (R²), Simultaneous Test (F Test), and Partial Test (t test) which were processed with JASP.*

The results showed (1) Service Quality has a partial effect on Customer Satisfaction with a significance value of 0.001 < 0.05 and a tcount of 5.662 > a ttable value of 1.99872. (2) Price has a partial effect on consumer satisfaction with a significance value of 0.413 < 0.05 and a tcount of 7.101 > of a ttable value of 1.98472. (3) Service Quality and Price have a simultaneous effect on Consumer Satisfaction with a significance value of 0.001 < 0.05 and fcount value 205,332 > than ftable value 2.47.

Keywords: *Service Quality, Price and Consumer Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia, terutama pada zaman yang canggih ini. Persaingan bisnis dalam dunia jasa sudah semakin banyak, banyaknya perusahaan pengiriman barang yang bergerak di bidang yang sama tentunya dapat menyebabkan persaingan dalam memperebutkan konsumen, dengan kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap jasa pengiriman.

Konsumen harus lebih selektif dalam memilih perusahaan jasa sehingga tidak harus membuang biaya dan waktu yang banyak. Konsumen akan lebih cenderung memilih perusahaan yang menawarkan jasanya dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan jasa lainnya dalam kategori yang sejenis, dan kualitas yang diterima oleh konsumen sesuai dengan harga yang dikeluarkannya. Bagi konsumen harga seringkali dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang atau jasa yang dikonsumsi yang akan berdampak pada tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung (Kotler dan Armstrong, 2016).

Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proposal nilai suatu produk (Kotler dan Keller, 2016).

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. Apabila kualitas pelayanan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas (Andi Riyanto, 2018).

Keputusan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang tersebut apabila perusahaan mampu memberi kualitas pelayanan yang baik dan harga yang di keluarkan konsumen sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima oleh konsumen, hal tersebut akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pelayanan yang berkualitas mempunyai peranan penting dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan harga, perusahaan harus tepat dalam menetapkan suatu harga agar dapat sesuai dengan harapan konsumen.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Express cabang utama Pangkalpinang.
- 2 Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada JNE Express cabang utama Pangkalpinang.
- 3 Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Express cabang utama Pangkalpinang.

II. LANDASAN TEORI

Manajemen

Manajemen menurut G.R Terry (dalam Sukarna, 2014) adalah : "suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.."

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah seni dan ilmu memilih target pasar dan

membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu.

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menurut Indahingwati (2019) adalah Keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan. Kualitas bisa didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkenaan dengan maksud yang diharapkan

Harga

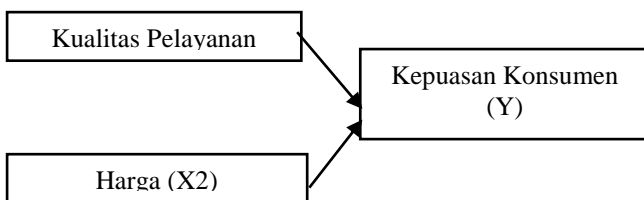
Harga adalah suatu jumlah uang yang mengantong utilitas/kegunaan yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang maupun jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan (Lubis, 2015).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen menurut Arianty (2016) bisa menilai sesuatu dimana tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan dari suatu produk atau jasa sampai atau tidak dihati konsumen. Apabila konsumen merasa lebih dari hasil penilaiannya terhadap suatu kualitas yang dipakainya maka konsumen akan merasakan tingkat kenikmatan atau kepuasan tersendiri yang timbul dihati konsumen begitu juga sebaliknya.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1



Sumber: Data Hasil Olah Peneliti (2023)

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penulis mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Express Cabang Utama Pangkalpinang.
- H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada JNE Express Cabang Utama Pangkalpinang.
- H3: Kualitas pelayanan dan harga simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada JNE Express Cabang Utama Pangkalpinang.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari 2023 hingga bulan Mei 2023. Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang dipilih adalah JNE Express Cabang Utama Pangkalpinang.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga serta satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut (Mutiawati, 2019).	1. Keandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Perhatian 5. Bukti Fisik	Skala likert (1-5)
2	Harga	Harga adalah suatu jumlah uang yang mengantong kegunaan yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang maupun jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan (Lubis, 2015).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian hargadengan manfaat	Skala likert (1-5)
3	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen bisa menilai sesuatu dimana tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan dari suatu produk atau jasa sampai atau tidak dihati konsumen (Arianty, 2016).	1. Konfirmasi ekspektasi 2. Niat pengiriman ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan	Skala likert (1-5)

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2023).

Populasi

Populasi menurut Suharsimi (2002) adalah keseluruhan bagian bilangan individu, objek atau peristiwa untuk generalisasi satu kesimpulan yang akan dikenakan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di JNE Express Cabang Utama Pangkalpinang sebanyak 129.375 konsumen.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, penulis mengambil jumlah sampel yaitu berjumlah 100 konsumen dengan menggunakan metode Slovin.

Teknik Pengumpulan Data

Penulis dapat mengumpulkan data dengan menggunakan beberapa teknik yang dikenal dengan metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik kuesioner.

Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji ini menurut Sugiyono (2018) adalah persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan maka instrument itu dianggap valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument dianggap tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2018). Instrumen dikatakan *reliable* ketika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji ini menurut Imam Ghozali (2005) bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk melihat apakah terjadi multikolinearitas. Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *tolerance* $>$ atau sama dengan nilai VIF $<$ dari 10.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel

independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan histogram Q-Q Plot, dengan ketentuan jika sebaran histogram berada di sekitar garis merah atau sebarannya relatif dekat dengan garis merah, maka data tersebut berdistribusi normal.

c. Analisis Deskriptif

Tujuan analisis deskriptif adalah untuk mempermudah mengetahui hasil responden secara pasti agar dapat disimpulkan sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Dimana satu variabel sebagai variabel dependen (terikat) dan yang lainnya sebagai variabel independen (bebas). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

b_0 = Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

e = Standar Error

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui berapa persen variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Bila nilai (R^2) mendekati 0, berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen. Jika nilai (R^2) bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen.

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial dengan uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel bebasnya. Kriteria pada uji T adalah:

- Jika $t_{hitung} > t_{table}$, dan signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{table}$, dan signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah secara serentak variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik atau apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Kriteria pada uji F adalah:

- Jika nilai $f_{hitung} > f_{table}$, maka H_0 diterima, artinya semua koefisien regresi secara bersama-sama tidak signifikan pada taraf signifikan 5%.
- Jika nilai $f_{hitung} < f_{table}$, maka H_0 ditolak, artinya semua koefisien regresi secara bersama-sama signifikan pada taraf signifikan 5%.

IV. PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptives				
	N	Mean	SD	SE
Kepuasan Konsumen	100	18.380	3.837	0.384
Kualitas Pelayanan	100	57.360	9.889	0.989
Harga	100	14.360	2.946	0.295

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Statistik deskriptif atas sampel untuk tiap variabel dapat dijelaskan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki rerata sebesar 18.380, variabel kualitas pelayanan memiliki rerata sebesar 57.360, serta variabel harga memiliki rerata sebesar 14.360.

Deskriptif statistik pada tabel di atas juga menjelaskan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki standar deviasi sebesar 3.837, variabel kualitas pelayanan memiliki standar deviasi sebesar 9.889, serta variabel harga memiliki standar deviasi sebesar 2.946.

Adapun standar error pada tabel di atas juga menjelaskan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki standar error sebesar 0.384, variabel kualitas pelayanan memiliki standar error sebesar 0.989, serta variabel harga memiliki standar error sebesar 0.295.

Hasil Uji Validitas Data

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0.671	0.1966	Valid
	2	0.774	0.1966	Valid
	3	0.735	0.1966	Valid
	4	0.861	0.1966	Valid
	5	0.827	0.1966	Valid
	6	0.748	0.1966	Valid
	7	0.857	0.1966	Valid
	8	0.789	0.1966	Valid
	9	0.812	0.1966	Valid
	10	0.811	0.1966	Valid
	11	0.808	0.1966	Valid
	12	0.884	0.1966	Valid
	13	0.781	0.1966	Valid
	14	0.800	0.1966	Valid
	15	0.824	0.1966	Valid
Harga (X2)	1	0.813	0.1966	Valid
	2	0.828	0.1966	Valid
	3	0.810	0.1966	Valid
	4	0.845	0.1966	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0.825	0.1966	Valid
	2	0.873	0.1966	Valid
	3	0.912	0.1966	Valid
	4	0.888	0.1966	Valid
	5	0.839	0.1966	Valid

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Dari hasil uji di atas diketahui nilai r-hitung berada dalam kisaran antara 0.671– 0.912, sedangkan nilai r-tabel adalah 0.1966. Jadi dari hasil uji di atas nilai r-hitung > r-tabel atau r-hitung > 0.1966. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya, yang meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.959	0.6	Reliabel
Harga (X2)	0.841	0.6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.916	0.6	Reliabel

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Dari hasil uji di atas hasil nilai Cronbach Alpha Kualitas Pelayanan (X1) 0.959, Harga (X2) 0.841 dan Kepuasan Konsumen (Y) 0.916 sehingga nilai Cronbach Alpha > 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan baik variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini *reliable* atau handal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

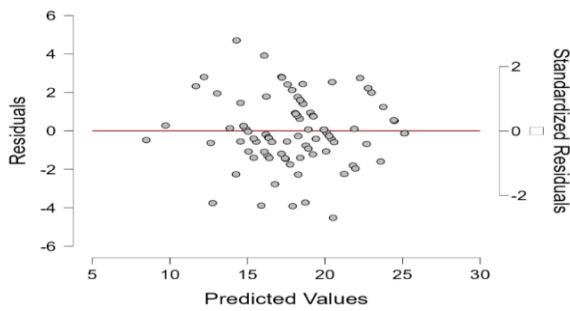
Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.358	2.795	Tidak Terjadi
Harga (X2)	0.358	2.795	Tidak Terjadi

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Dari hasil uji di atas dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai tolerance 0.358 dan VIF 2.795, Harga (X2) memiliki nilai tolerance 0.358 dan VIF 2.795 sehingga nilai *tolerance value* > 0.10 dan nilai VIF < 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas terhadap variabel penelitian. Tidak terjadi gejala multikolinearitas artinya tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas yang berarti tidak menyebabkan efek tingginya variabel pada sampel karena jika itu terjadi akan menyebabkan standard error yang besar.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

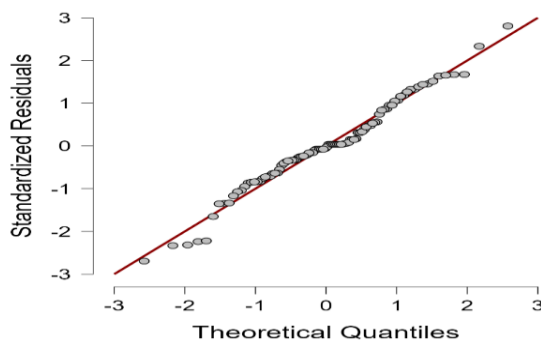


Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan gambar grafik yang disajikan di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dengan arah penyebarannya berada di atas dan di bawah angka 0 di sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Normalitas

Grafik 2
Hasil Uji Normalitas



Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan gambar grafik V.2 *Q-Q Plot Standardized Residuals* yang disajikan pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa data berupa titik menyebar serta mengikuti arah garis diagonal. Hal ini dapat diartikan bahwa data digunakan untuk hasil penelitian ini berdistribusi dengan normal.

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
H ₀	(Intercept)	18.380	0.384		47.902	< .001
H ₁	(Intercept)	-0.826	1.004		-0.823	0.413
	KP	0.163	0.029	0.420	5.662	< .001
	H	0.686	0.097	0.527	7.101	< .001

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan data hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan pada tabel V.9 di atas, diperoleh persamaan model regresi sebagai berikut :

$$Y = - 0,826 + 0,163X_1 + 0,686X_2 + 18,380$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary – KK							
Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE	R ² Change	F Change	df1 df2 p
H ₀	0.000	0.000	0.000	3.837	0.000		0 99
H ₁	0.899	0.809	0.805	1.694	0.809	205.322	2 97 < .001

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan data tabel V.10 *model summary* yang disajikan di atas diketahui nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0.805. Hal ni dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 80,5 % sedangkan sisanya sebesar 19,5% dijelaskan oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients						
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
H ₀	(Intercept)	18.380	0.384		47.902	< .001
H ₁	(Intercept)	-0.826	1.004		-0.823	0.413
	KP	0.163	0.029	0.420	5.662	< .001
	H	0.686	0.097	0.527	7.101	< .001

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan table di atas, maka dapat dijelaskan mengenai pengaruh setiap variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial. Berdasarkan output tersebut dapat kita lihat nilai t-tabel yang diperoleh setiap variabel. Untuk membuat kesimpulan menerima atau menolak Ho, terlebih dahulu harus ditentukan nilai-nilai t-tabel yang akan digunakan. Nilai ini bergantung pada besarnya *degree of freedom* (df) dan tingkat signifikansi yang digunakan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dan nilai df sebesar n-k-1 (100-2-1 = 97) diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,98472.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam table di atas, variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t_{hitung}* 5,662 lebih besar daripada nilai *t_{tabel}* 1,98472. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam table di atas, variabel harga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,413 lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t_{hitung}* 7,101 lebih besar daripada nilai *t_{tabel}* 1,98472. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	1179.051	2	589.526	205.322	< .001
	Residual	278.509	97	2.871		
	Total	1457.560	99			

Sumber : JASP, data diolah 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan

si sebesar 0.001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai f_{hitung} 205,322 lebih besar dari pada nilai f_{tabel} 2,47. hal ini berarti hipotesis ketiga diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel (X1) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen. Hal ini diketahui dari hasil perhitungan analisa dimana variabel kualitas pelayanan pada tabel hasil uji parsial di atas diperoleh t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 5,662 dengan demikian kriteria pengambilan keputusannya adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,98472.
2. Variabel (X2) harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen. Hal ini diketahui dari hasil perhitungan analisa dimana variabel harga pada tabel hasil uji parsial di atas diperoleh t hitung untuk variabel X2 sebesar 7,101. Dengan demikian kriteria pengambilan keputusannya adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,98472.
3. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai f_{hitung} 205,322 lebih besar dari pada nilai f_{tabel} 2,47.

Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil evaluasi atau hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah cukup baik dalam memenuhi keinginan konsumen, konsumen sudah puas dengan dengan kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mampu mempertahankan hal tersebut dan bahkan terus meningkatkan kualitas yang ada supaya konsumen terus merasa puas dan berdampak pada menggunakan kembali jasa pengirimannya.
 - b. Harga merupakan salah satu dari empat variabel keputusan strategi utama yang dikendalikan oleh manajer pemasaran, harga yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu

hendaknya disarankan penetapan harga yang sudah baik ini untuk terus dijaga dan tetap harus dipertahankan perusahaan, agar dapat membuat konsumen menjadi loyal.

2. Bagi Peneliti

Disarankan kepada peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas variabel penelitian, tidak hanya kualitas pelayanan dan harga saja tetapi juga variabel-variabel lainnya yang bisa dijadikan variabel dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- 1]. Andi Riyanto. (2018). *Implikasi Kualitas Pelayanan*. Ecodemica, 2(1).
- 2]. Arianty, N. (2016). *Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 16(02), 68–81.
- 3]. Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- 4]. George R. Terry dalam Sukarna. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta.
- 5]. Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- 6]. Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan Sim Keliling (1st ed.)*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- 7]. Kotler, Armstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- 8]. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14 Jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta.
- 9]. Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- 10]. Lubis, A. A. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 16(02), 1–11.
- 11]. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- 12]. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.