



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AGEN JNE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Didik Priyadi¹, Hamluddin², Zulkarnain Alfisyahrin³
didikpriyadi0@gmail.com¹, hamluddin@ibm.ac.id², zulkarnain@ibm.ac.id³
Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan Agen JNE Graha timur terhadap kepuasan pelanggan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X mempengaruhi variabel Y. hasil dari penelitian ini adanya pengaruh antara kualitas pelayanan Agen JNE Graha Timur terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan melalui hasil uji regresi linier sederhana memiliki nilai konstanta 7,795 dengan hasil uji hipotesis t yang dilakukan bahwa nilai t hitungnya 11,235 lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikan 0,000 dibawah 0,05, dan besarnya pengaruhnya dapat dilihat dari koefisien determinasi r^2 (square) = 0,674 atau 67,4%. Dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu 0,674 atau 67,4% mendekati angka 1, artinya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berada pada kategori kuat.

Keyword: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, JNE, Servqual, Jasa Pengiriman

ABSTRACT

This study aims to find out about the effect of service quality of JNE Graha timur Agents on customer satisfaction. The population in this study were all regular customers of 75 people through the sampling technique used was purposive sampling using a descriptive quantitative approach. The results of this study show that there is an influence between the service quality of JNE Graha Timur Agents on customer satisfaction as shown through the results of the simple linear regression test which has a constant value of 7.05, and the magnitude of the effect can be seen from the coefficient of determination r^2 (square) = 0.674. By looking at the value of the coefficient of determination, which is 0.674, close to 1, it means that the influence of variable X (Quality of Service) on variable Y (Customer Satisfaction) is in the strong category.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Servqual, JNE, Delivery Services

PENDAHULUAN

Jasa pengiriman atau yang biasa dikenal oleh orang dengan sebutan ekspedisi yang merupakan perusahaan atau perorangan yang bertugas mengirim pesan, paket dalam jumlah kecil hingga sedang atau surat dari satu tempat ke tempat yang lain menggunakan jalur udara, laut dan darat yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang.



Jasa atau service adalah tindakan atau kerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (lovelock dan wright 199:5). dapat didefinisikan bahwa jasa merupakan semua tindakan dan kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. industri jasa sangat bervariasi dapat dilihat dari perkembangan dalam berbagai jenis salah satunya adalah jasa dalam pengiriman barang.

Pada perkembangannya dunia jasa pengiriman barang sudah lama ada di Indonesia dimulai sekitar tahun 90an dan tercatat hanya beberapa perusahaan yang berdiri diantaranya (PT Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir, berdiri pada Tahun 1990, PT Pos Indonesia, Tahun 1945, PT Citra Van Kilat Tahun 1970, PT Wahana Prestasi Logistik Tahun 1998), kemudian bermunculan jasa pengiriman barang baru di Indonesia tahun 2000 yaitu: PT Indah Cargo Logistik pada tahun 2007, Sicepat pada tahun 2014, J&T pada tahun 2015 dan Anteraja pada tahun 2019 dan membuat persaingan semakin ketat.

Berdasarkan perkembangan jasa pengiriman barang sampai saat ini bermunculan nama dari jasa pengiriman baru menjadikan masing-masing perusahaan untuk melakukan inovasi terhadap produk, layanan, harga sehingga dapat bertahan dan diminati oleh konsumen sampai sekarang dan ini. untuk menarik para pelaku pebisnis atau usaha untuk menggunakan jasa pengiriman perusahaan tersebut kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dan perlu diperhatikan untuk menciptakan kepuasan kepada pelanggan.

Maka dari itu jasa selalu dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggannya, karena setiap pelanggan menginginkan layanan yang bagus untuk memenuhi kebutuhan mereka dan juga kepuasan yang didapat oleh pelanggan menjadikan citra perusahaan semakin bagus, Citra yang tercipta inilah akan membuat nama perusahaan lebih besar dan dikenal oleh banyak orang sebagai jasa pengiriman yang baik dari segi pelayanan.

Kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan dapat memberikan kontribusi bagus terhadap perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjang adalah sejauh mana perusahaan memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis serta terprogram yang tidak melanggar nilai dan etika dalam sebuah bisnis, dengan pelayanan yang baik pelanggan akan merasakan kesenangan dan kenyamanan ketika menggunakan ekspedisi tersebut seterusnya.

Salah satu contoh jasa pengiriman yang berusaha terus untuk selalu memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan adalah JNE sehingga masih dapat bersaing hingga sekarang termasuk di *e-commerce*. JNE selalu berinovasi dengan hal-hal baru dan mempunyai keunggulan sendiri dalam era persaingan, tetapi perlu disadari juga bahwa perusahaan jasa pengiriman lainnya juga mempunyai keunggulan masing- masing yang perlu diperhitungkan untuk kedepannya. secara umum dapat dikatakan bahwa pada dasarnya keinginan para pelanggan yang berhubungan dengan jasa pengiriman adalah mengharapkan sesuatu yang lebih baik sesuai dengan harapannya.

Perusahaan JNE juga merupakan salah satu jasa pengiriman yang masih eksis sampai sekarang dengan beberapa inovatif mengikuti perkembangan teknologi, JNE semakin berkembang bukan hanya mencakup paket kecil dan dokumen tapi merambah pada penanganan transportasi, logistic, serta distribusi. Peluang yang terus bertumbuh



untuk saat ini mendorong JNE untuk terus memperluas jaringannya keseluruh kota dan kabupaten di Indonesia, salah satunya Agen JNE Graha Timur Sejahtera yang terletak di perumahan Bekasi Timur regensi dengan lingkungan para pelaku usaha *online dan offline*, agen JNE ini juga merupakan salah satu yang membantu dalam menjangkau pelanggan di beberapa lokasi yang sudah disetujui JNE dengan persyaratan yang sudah terpenuhi.

Dibawah ini adalah daftar transaksi pengiriman yang tercatat pada sistem dilihat dari jumlah *connote* (resi pengiriman) di Agen JNE Graha Timur periode bulan desember, januari, februari :

Table 1. 1 Fluktuasi Transaksi Pengiriman

No.	Periode	Tahun	Jumlah <i>Connote</i>
1	Desember	2022	1538
2	Januari	2023	1531
3	Februari	2023	1325

Berdasarkan latar belakang diatas dan melihat betapa pentingnya memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat mewujudkan kepuasan terhadap pelanggan, sebagai mitra JNE juga mengedepankan pelayanan yang baik sehingga dapat dirasakan kepuasan dari pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Agen Jne Graha Timur Terhadap Kepuasan Pelanggan**”.

Tinjauan pustaka Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman Kualitas layanan (*Service Quality*) dapat didefenisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Sedangkan menurut Wyekof (dalam Lovelock, 1988) kualitas layanan dapat didefenisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Pengukuran kualitas pelayanan secara umum dapat dilakukan dengan metode *Servqual* (*Service Quality*) yang telah dikembangkan oleh (Pasuraman, Zethaml, dan Berry (Pasuraman,1990) disebut dengan Dimensi kualitas yang merupakan syarat agar suatu nilai produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan sesuai harapan, diantara dimensi kualitas produk meliputi kinerja, estetika, keistimewaan, keandalan serta kesesuaian. Menurut Barry et.al (dalam zetnal et.al, 1993) Didalam pelayanan terdapat juga dimensi kualitas pelayanan atau pengukuran dari kualitas layanan yang diberikan biasa disebut dengan SERVQUAL.

Dimensi dasar yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

- a) Reliabilitas (*reability*), berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak kali tanpa membuat kesalahan apapun dan



menyampaikan jasanya sesuai dengan normal waktu yang disepakati diluar faktor *overload* yaitu terjadi penumpukan barang seperti hari raya idul fitri dan hari raya besar lainnya.

- b) Responsiveness (daya tanggap), tentang kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dengan memberikan jasa atau pelayanan secara cepat.
- c) Jaminan (*assurance*), perilaku dari karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan juga perusahaan dapat menciptakan rasa aman kepada pelanggannya. Jaminan ini juga bersifat pada karyawan yang sopan dalam bersikap dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d) Empati (*empathy*), yakni perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan dan memberikan perhatian personal kepada pelanggan serta memiliki am operasional yang nyaman.
- e) Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan fasilitas yang tersedia diperusahaan itu dan berkaitan dengan penampilan karyawan.

Kepuasan Pelanggan

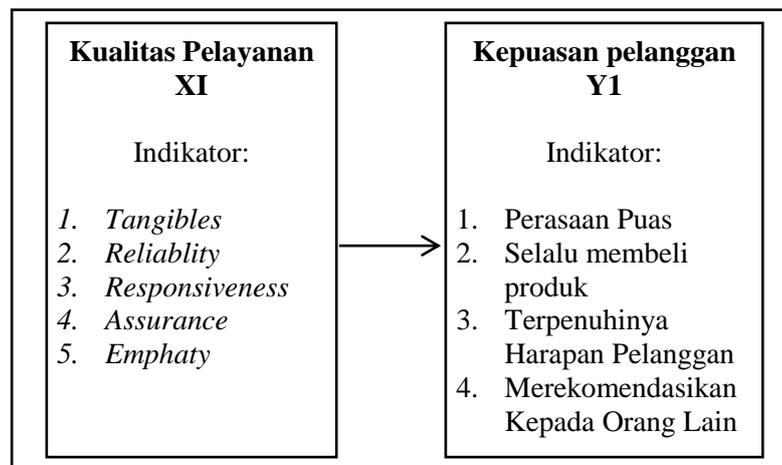
Menurut djaslim Saladin (2003), mengemukakan bahwa pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan jasa terus menerus. Pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau harapan-harapannya. dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan rasa puas terhadap suatu produk atau jasa dari pelayanan yang diberikan, dan jika kinerja dari pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka akan muncul perasaan kecewa terhadap apa yang diterima tidak sesuai dengan yang pelanggan harapkan, dan itu menjadi tugas bagi perusahaan untuk terus berupaya memberikan produk atau jasa yang terbaik.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang dicari dan dibutuhkan oleh konsumen untuk memnuhi kebutuhan yang diinginkan seperti barang atau jasa memiliki kualitas sehingga menjadi target incaran karena semakin berkualitas produk atau jasa itu berperan penting untuk menarik pelanggan dan membuat mereka merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan sehingga akan timbul kepercayaan yang berlanjut pada tingkat loyalitas mereka sebagai pelanggan tetap, oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi bagian paling penting dalam sutau visi misi dan tujuan sebuah perusahaan. Menurut Irawan (2008), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan Terdiri dari beberapa factor yang mempengaruhi terjadinya rasa puas dari pelanggan, berikut beberapa faktornya :

- a) Perasaan puas
Kepuasan secara menyeluruh yang dirasakan pelanggan jika pekerjaan yang dikerjakan dapat diselesaikan dengan baik atau pelayanan yang diberikan dapat menghasilkan perasaan puas terhadap pelanggan
- b) Merekomendasikan kepada pihak lain
Pelanggan yang merasa puas akan membagikan pengalaman ini kepada teman-teman dan kerabat lain jika pelayanan yang diberikan sangat baik.

- c) Selalu membeli produk
Pelanggan akan selalu membeli produk dari perusahaan jasa tersebut dengan hasil terbaik yang diberikan oleh perusahaan jasa baik itu pelayanan ataupun harga.
- d) Terpenuhinya harapan pelanggan
Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima ketika membeli atau menggunakan jasa dari perusahaan.

Kerangka Berpikir



Keterangan Gambar:

X1 : Kualitas Pelayanan

Y1 : Kepuasan Pelanggan

→ : Pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Berdasarkan teori dan konsep diatas serta kerangka pemikiran maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mengumpulkan dan mendapatkan data dengan memberikan beberapa pernyataan kepada responden dari populasi yang sudah di ambil menjadi beberapa sampel kemudian dianalisis secara statistik untuk menarik kesimpulan dari penelitian, dalam metode deskriptif menggambarkan segala sesuatu yang didapatkan apa adanya dan menarik sebuah kesimpulan dan dapat diamati menggunakan angka-angka.

Populasi

Peneliti mengambil populasi dari jumlah keseluruhan orang yang menjadi pelanggan tetap Agen JNE Graha Timur Bekasi timur regensi yang selalu ada transaksi untuk melakukan pengiriman barang dan sudah sesuai dengan ciri, karakteristik yang diinginkan dengan jumlah total populasi yang didapat berjumlah 75 orang.



Sample

Sampel merupakan sebagian yang diambil dari total keseluruhan obyek penelitian dan dianggap mewakili (representatif) gambaran yang benar terhadap populasi. oleh karena itu sampel yang akan diambil sebagai obyek pengamatan dianggap dapat mewakili populasi dan hasil riset pada nantinya berhasil didapatkan dari sampel ini dengan teknik *Simple Random Sampling* sebagai salah satu dari teknik sampling dengan cara memilih sampel secara acak dituju dengan karakteristik yang sudah ditentukan menggunakan rumus Yamane.

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi Yang Diketahui

d = Presisi yang ditetapkan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan toleransi sebesar 0,05.

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sampel untuk penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{75}{75 \times 0,05^2 + 1}$$

$$n = \frac{75}{1,1}$$

$$n = 63$$

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian dari dua variabel yaitu variabel X yang terdiri dari 5 indikator dengan 15 item pertanyaan dan variabel Y terdiri dari 4 indikator dengan 15 item pertanyaan dengan kuesioner yang disebarkan kepada 63 responden dan menggunakan teknik pengumpulan data angket atau kuesioner tertutup dengan memberikan butir-butir pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang dianggap benar dengan mencentang atau mencoret opsi jawaban yang telah disediakan oleh peneliti, untuk mengukur persepsi, sikap menggunakan skala likert dari kuesioner yang telah diberikan dapat diuraikan sebagai berikut : (1) Sangat Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Ragu, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju. Dan dilanjutkan dengan melakukan analisis data diantaranya : uji instrumen (uji validitas, reabilitas), uji prasyarat (uji normalitas, uji linieanitas), uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis (uji t, uji koefisien determinasi).

Hasil Dan Pembahasan

Pengujian Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid, alat ukur yang dimaksud terdiri dari pertanyaan dalam kuesioner, uji validitas berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sesuatu. Untuk melihat valid atau tidak valid dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item total correlation*) dengan n adalah jumlah sample, jadi n yang digunakan



adalah $(63-2) = 61$ dan dihasilkan r tabel (0,248), berdasarkan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pertanyaan pada penelitian ini dinyatakan valid, sebagai berikut :

Variabel X

Item	Rhitung	>/<	rtabel	Ket	Keputusan
1	0,726	>	0,248	Valid	Digunakan
2	0,669	>	0,248	Valid	Digunakan
3	0,598	>	0,248	Valid	Digunakan
4	0,661	>	0,248	Valid	Digunakan
5	0,708	>	0,248	Valid	Digunakan
6	0,778	>	0,248	Valid	Digunakan
7	0,496	>	0,248	Valid	Digunakan
8	0,681	>	0,248	Valid	Digunakan
9	0,473	>	0,248	Valid	Digunakan
10	0,655	>	0,248	Valid	Digunakan
11	0,646	>	0,248	Valid	Digunakan
12	0,619	>	0,248	Valid	Digunakan
13	0,731	>	0,248	Valid	Digunakan
14	0,680	>	0,248	Valid	Digunakan
15	0,646	>	0,248	Valid	Digunakan

Variabel Y

Item	Rhitung	>/<	Rtabel	Ket	Keputusan
16	0,662	>	0,248	Valid	Digunakan
17	0,739	>	0,248	Valid	Digunakan
18	0,706	>	0,248	Valid	Digunakan
19	0,745	>	0,248	Valid	Digunakan
20	0,699	>	0,248	Valid	Digunakan
21	0,514	>	0,248	Valid	Digunakan
22	0,725	>	0,248	Valid	Digunakan
23	0,506	>	0,248	Valid	Digunakan
24	0,650	>	0,248	Valid	Digunakan
25	0,673	>	0,248	Valid	Digunakan
26	0,783	>	0,248	Valid	Digunakan
27	0,811	>	0,248	Valid	Digunakan
28	0,684	>	0,248	Valid	Digunakan
29	0,635	>	0,248	Valid	Digunakan
30	0,654	>	0,248	Valid	Digunakan

Uji Reabilitas

Setelah uji validitas dinyatakan valid selanjutnya dilakukan uji reabilitas menggunakan program SPSS 25, pengujian ini dilakukan untuk menentukan reabilitas pertanyaan dalam kuesioner/ angket dengan memperhatikan nilai dari *Alpa Cronbach's* $> r_{tabel} = 0,248$ dengan hasil sebagai berikut :



a. Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,926	15

Dari total nilai *Alpha* yang diperoleh adalah $0,926 > r_{tabel} 0,248$ dari total item 15 pertanyaan, berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka variabel X Kualitas Pelayanan dinyatakan reliabel.

b. Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,938	15

Dari total nilai *Alpha* yang diperoleh adalah $0,938 > r_{tabel} 0,248$ dari total item 15 pertanyaan, berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka variabel Y Kepuasan Pelanggan dinyatakan reliabel.

Uji Prasyarat

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel apakah berdistribusi normal atau tidak, uji ini sangat penting untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan, Nurcahyo & Riskayanto, (2018).

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas *kolmogorov smirnov* menggunakan program SPSS 25, diketahui bahwa dari hasil variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,09 > 0,05$. Oleh karenanya diketahui bahwa nilai residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	63



Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,37379595
Most Extreme Differences	Absolute	,154
	Positive	,124
	Negative	-,154
Test Statistic		,154
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,090
Point Probability		,000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Nilai *Asymp.* (2-tailed) sebesar

Sig. (2-tailed) ($< 0,001$)

Berkesimpulan data tidak berdistribusi secara normal, karena nilai *P-Value* yang didapat lebih kecil dari 0,05. Nilai *Exact Sig.* (2-tailed) sebesar 0,090 ($> 0,05$) Berkesimpulan data berdistribusi secara normal, karena *P-Value* yang didapat lebih besar dari 0,05 (tingkat kepercayaan statistik 95% atau 0,05).

Uji Linieritas

Pengujian linearitas data dilakukan untuk mengetahui kelinieran data antara kedua variabel, apakah kedua variabel linier atau tidak. pengujian linearitas data menggunakan SPSS yaitu dengan cara *deviation from linierity*. Cara melihat hasil dengan signifikan *f* pada deviation from linierity, jika $> 0,05$ maka hubungan antar variabel dinyatakan linear. Artinya, jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif atau negative, (Ismantara & Pranatasari, 2019).

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	1722,349	16	107,647	11,163	,000
		Linearity	1460,222	1	1460,222	151,425	,000
		Deviation from Linearity	262,128	15	17,475	1,812	,062
	Within Groups		443,587	46	9,643		
	Total		2165,937	62			

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0,062. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Pelayanan Prima (X) terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) adalah linier dilihat dari nilai signifikansi $0,062 > 0,05$.

Uji Regresi Linier Sederhana



Regresi linear sederhana merupakan salah satu teknis yang paling populer dikalangan peneliti, analisis regresi sederhana ini digunakan untuk menguji bagaimana variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Regresi linear sederhana dapat digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel bebas atau variabel independen pelayanan prima (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah seperti berikut ini :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependen)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independen)

a = konstanta

b = koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,795	5,379		1,449	,152
	Kualitas Pelayanan	,876	,078	,821	11,235	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 25, diketahui nilai *Constant* (a) sebesar 7,795 sedangkan nilai Kualitas Pelayanan (b / koefisien regresi) sebesar 0,876. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,795 + 0,876X$$

- Nilai *constant* adalah 7,795, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 7,795.
- Nilai koefisien regresi variabel X sebesar 0,876 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Pelayanan, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0,876. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif.

Uji Hipotesis Penelitian

Uji Signifikan Parsial (T)

Uji-t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan *dependent* secara parsial (Priyatno, 2013). Adapun kriteria dalam mengambil keputusannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,795	5,379		1,449	,152
Kualitas Pelayanan	,876	,078	,821	11,235	,000

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $11,235 > t_{tabel} 2,000$. Sehingga variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Sehingga berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa H_a : diterima dan H_0 : ditolak. Artinya ada pengaruh yang signifikan dan searah (positif) antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Mencari koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dengan cara menghitung kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu r^2 . berikut ini hasilnya:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,821 ^a	,674	,669	3,40134

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.26, diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,674% artinya bahwa kontribusi variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di Agen JNE Graha Timur adalah 67,4% dan 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu 0,674 mendekati angka 1, artinya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berada pada kategori kuat.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, secara keseluruhan menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Agen JNE Graha Timur. Dengan demikian beberapa indikator kualitas

pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga akan menjadi persepsi yang baik dan tolak ukur perbandingan untuk pelanggan melakukan pembelian ulang dari kualitas pelayanan yang diterima.

Hasil uji hipotesis t juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan agen JNE graha timur terhadap kepuasan pelanggan dengan kriteria jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, dalam tabel hasil uji t terdapat nilai dari t tabel adalah sebesar 11,235 lebih besar dari ($>$) t_{tabel} yaitu 2,000 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka H_a diterima dengan keterangan bahwa terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan terciptanya dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik.

Besaran pengaruh kualitas pelayanan ini dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,674% artinya bahwa kontribusi variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) di Agen JNE Graha Timur adalah 67,4% dan 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu 0,674 karena mendekati angka 1 artinya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) terdapat pengaruh yang positif.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Jasa Raharja Medan”, menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Jasa Raharja Medan, indikator-indikator dalam variabel kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penulisan dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Agen JNE Graha Timur Terhadap Kepuasan Pelanggan” dengan teori, analisis data dan uji-uji yang telah dilakukan menemukan bahwa adanya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan Agen JNE Graha Timur terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan hasil uji t yang dilakukan bahwa nilai t hitungnya 11,235 lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikan 0,000 dibawah 0,05, artinya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berada pada kategori kuat, dan besaran pengaruhnya dapat dilihat dari koefisien determinasi r^2 (square) = 0,674 atau 67,4%.
2. Hal ini bermakna bahwa kontribusi kualitas pelayanan (X) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah 67,4%, sedangkan 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Kenyataan ini menggambarkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tinggi rendahnya kualitas pelayanan, ini dapat dilihat berdasarkan tabel R Square = 0,674, Dengan melihat nilai koefisien determinasi yaitu 0,674 mendekati angka 1, artinya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berada pada kategori kuat.

Saran



Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, peneliti membuat saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh masing perusahaan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, berhubungan dengan pelayanan diharapkan agen JNE Graha Timur untuk selalu konsisten dalam mengedepankan dan meningkatkan pelayanan sehingga terciptanya kepuasan dari semua pelanggannya.
2. Bagi pelanggan disarankan untuk tetap terus menggunakan layanan jasa pengiriman di agen JNE Graha Timur menawarkan kualitas pelayanan yang baik untuk membantu dalam proses transaksi pengiriman barangnya.
3. Bagi calon peneliti selanjutnya diharapkan ini dapat menjadi salah satu referensi yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, diharapkan juga peneliti selanjutnya hendaknya memperhatikan keterbatasan yang ditemu dalam penelitian ini.

Referensi

- Ismantara, W. R., & Pranatasari, F. D. (2019). Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Kompensasi Nonfinansial Terhadap Tenaga Kerja Perusahaan (Studi Pada Spbu Bs Group). *Business Management Journal*, 15(1), 63–72. <https://doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1565>
- Jatra, I. M., & Utami, S. I. A. I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Restoran Baruna Sarnur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(7), 1984–2000.
- Lewis, B. R. (2015). Servqual. In *Wiley Encyclopedia of Management* (pp. 1–1). <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090654>
- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Putri, T. S. W., Gunayasa, I. B. K., & ... (2022). Hubungan Kecerdasan Verbal Linguistik dengan Pemahaman Membaca Teks Narasi peserta Didik Kelasn V SDN Gugus II Kecamatan Sakra. *Journal of Classroom ...*, 4(2). <https://doi.org/10.29303/jcar.v4i1.1685>
- Stawati, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, Volume 6(November), 147–157. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3472>