

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN JNE DI MERAUKE**

Irfan Wildzan Muafa

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Musamus Merauke
emil: irfan.wildzan41@gmail.com

ABSTRACT

*This research was conducted to find out how far the influence of price and service quality on customer satisfaction in selecting and using JNE branch Merauke freight forwarding services. The sample used in this study was 88 respondents. This study uses multiple linear regression analysis techniques. The results of the data processing using the SPSS 22 program found the equation $Y = 0.256 X_1 + 0.228 X_2 + e$. From the results of the *t* test and *F* test, it can be seen that the price and service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction in JNE shipping services. This is evidenced by the results of the *t*count variable price (X_1) 3,059 with *t* table 1.6623 with a significance of 0.003 < 0.05. With the direction of the positive coefficient, it is thus obtained that the hypothesis which states that prices have a significant positive influence on customer satisfaction is acceptable. The results of *t*count variable service quality (X_2) 3.752 with *t*table 1.6623 with a significance of 0,000 < 0.05. With the direction of a positive coefficient, it is thus obtained that the hypothesis which states that service quality has a significant positive influence on customer satisfaction is acceptable. The regression calculation results can be seen that the coefficient of determination (adjusted R^2) obtained is 0.406. This means that 40.6% of patient satisfaction can be influenced by price and service quality and 59.4% other satisfaction can be influenced by other variables.*

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan dari sebuah bisnis sangat pesat, itu dapat diketahui dari bermunculan berbagai macam bisnis-bisnis baru yang mulai dirintis oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, baik itu usaha dalam skala besar maupun dalam skala yang kecil. Selain itu perkembangan bisnis pada saat ini lebih mengarah

pada bisnis yang menggunakan media sosial maupun waralaba yang bergerak pada bidang penjualan berbagai kebutuhan via online atau *Online Shop*. Dengan semakin maraknya *online shop* yang bermunculan, perlahan mengubah kebiasaan masyarakat yang biasa berbelanja di toko fisik beralih berbelanja pada *online shop*. Sebagian masyarakat menganggap berbelanja via *online shop* lebih memudahkan karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa harus pergi ke lokasi untuk berbelanja kebutuhan yang sedang dicari.

Sejalan dengan semakin banyaknya *online shop* yang ada maka kehadiran perusahaan jasa dalam bidang ekspedisi atau jasa pengiriman sangatlah dibutuhkan untuk menunjang kelancaran *online shop* tersebut. Perusahaan jasa pengiriman membantu para pemilik *online shop* untuk dapat mengirimkan pesanan sampai ke tangan pemesan atau konsumen dengan selamat. Dapat dikatakan juga bahwa pihak jasa pengiriman adalah sebagai perantara ataupun penghubung antara pemilik *online shop* dengan para konsumen baik itu yang berada dalam satu wilayah/pulau ataupun yang berbeda wilayah/pulau.

Terdapat berbagai macam perusahaan yang bergerak pada bidang ekspedisi atau jasa pengiriman baik itu di dalam ataupun di luar negeri. Salah satunya adalah perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia yaitu JNE (Jalur Nugraha Ekakurir). Kebanyakan dari masyarakat lebih memilih menggunakan jasa pengiriman menggunakan JNE seperti pada masyarakat yang berada di Jabodetabek. JNE sudah dianggap sebagai jasa pengiriman yang terpercaya dan juga memiliki pelayanan yang baik terhadap konsumen. Hal ini dibuktikan dengan dinobatkannya penghargaan *marketing champion* pada 2014 dengan kategori logistik oleh *Markplus Conference* kepada pihak JNE. Hal yang terjadi berbanding terbalik dengan yang terjadi pada jasa pengiriman JNE cabang Merauke.

Pada tahun 2012 JNE telah hadir di Merauke. Namun, masyarakat Merauke masih kurang memanfaatkan atau minat masyarakat Merauke dalam menggunakan jasa pengiriman JNE belum sebanyak dengan penggunaan jasa pengiriman lainnya.

Sementara JNE sendiri telah memiliki cabang yang tersebar diseluruh Indonesia dan juga JNE melayani pengiriman antar negara sehingga dapat mempermudah para konsumen.

Dikarenakan kurangnya karyawan pada jasa pengiriman JNE cabang Merauke, sehingga membuat pelayanan dari JNE kurang maksimal. Konsumenpun terkadang datang sendiri untuk mengambil barang kiriman mereka. Pihak JNE mengantarkan barang jika dirasa volume barang dirasa terlalu besar untuk diambil konsumen. Dan juga estimasi waktu pengiriman yang dirasa sedikit lebih lama hingga konsumen menerima barang milik konsumen. Walaupun harga yang dikeluarkan diatas dari jasa pengiriman yang lain.

Harga

Harga merupakan segala sesuatu yang telah kita korbankan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa (Brucks and Zeithaml 2000). Satu-satunya unsur dari *marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan penjualan adalah harga karena unsur-unsur yang lain bersifat mengeluarkan biaya (Tan 2011). Pada dasarnya harga memiliki dua peran didalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen yaitu peran alokasi dan juga informasi. Peran alokasi yaitu peran harga untuk dapat membantu para konsumen untuk membuat keputusan tentang cara mendapatkan suatu manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya beli konsumen tersebut. Sedangkan peran informasi dapat membantu konsumen mengenai faktor-faktor produksi dalam sebuah produk, misalkan kualitas dari produk. Hal ini berguna ketika konsumen mengalami kesulitan dalam menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif (Kurniansih 2012).

Indikator penilaian dari variabel harga dapat di lihat dari persamaan dari apa yang telah dikorbankan oleh seorang konsumen terhadap nilai atau manfaat yang diterima konsumen setelah menerima produk tersebut, dan barulah setelah itu konsumen akan mempersepsikan barang/jasa tersebut. Persepsi positif merupakan tanda rasa puas terhadap bara/jasa yang dibeli, sedangkan persepsi negatif merupakan tanda ketidakpuasan konsumen terhadap barang/jasa yang dibeli. Ketika perusahaan

menetapkan harga tetapi tidak sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan suatu barang/jasa, dan begitu juga sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan barang/jasa tersebut. Apabila nilai atau manfaat yang diterima konsumen tinggi, maka tingkat kepuasan konsumenpun akan semakin tinggi (Tjiptono 2006)

Indikator pada penelitian kali ini pengukuran variabel harga diukur melalui empat indikator yang diadopsi dari (Aji and Soesanto 2011) sebagai berikut:

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga dengan Manfaat yang diterima
3. Kesesuaian Harga dengan Fasilitas
4. Kesesuaian Harga dengan Jarak yang ditempuh

H₁ : Terdapat pengaruh positif antara harga dengan kepuasan pelanggan

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan dari konsumen sehingga sesuai ataupun melebihi dari harapan konsumen (Aji and Soesanto 2011). Agar dapat tercipta kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang dimiliki harus bersifat *universal* atau sama di manapun lokasi tempat suatu usaha dilakukan. Secara sederhana kualitas itu sendiri dapat diartikan sebagai sebuah produk barang/jasa yang bebas dari cacat atau kekurangan (Denny 2013).

Untuk menciptakan kepuasan konsumen dalam menggunakan barang/jasa, sangat penting untuk barang/jasa tersebut memiliki kualitas yang baik (Kotler and Armstrong 2008). Kepuasan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dengan menjaga kualitas dari barang/jasa dan juga dapat memberikan apa yang diinginkan dari konsumen dapat menjaga kepuasan konsumen

dalam menggunakan produk tersebut. Tetapi jika kualitas dari barang/jasa menurun atau konsumen measa tidak mendapatkan suatu manfaat yang seharusnya bisa didapatkan konsumen kemungkinan mereka akan meninggalkan barang/jasa tersebut dan beralih pada produk dari kompetitor. Kualitas pelayanan searah dengan kepuasan pelanggan, ketika kualitas pelayanan semakin tinggi maka kepuasan pelangganpun semakin tinggi (Aji and Soesanto 2011)

Indikator pada penelitian kali ini pengukuran variabel harga diukur melalui lima indikator yang diadopsi dari (Tjiptono 2008) sebagai berikut:

1. Realibilitas
2. Daya Tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti Fisik

H₂ : Terdapat pengaruh positi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan suatu persentasi dari perasaan konsumen setelah mereka menyamakan manfaat yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika manfaat atau hasil yang didapatkan melebihi apa yang mereka harapkan maka itu menandakan terdapat kepuasan setelah menggunakan produk tersebut dan jika manfaat yang dirasa tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tersebut akan kecewa dengan barang/jasa (Kotler and Armstrong 2008)

Indikator pada penelitian kali ini pengukuran variabel kepuasan pelanggan diukur melalui tiga indikator yang diadopsi dari (Pramita 2010) sebagai berikut:

1. Kemampuan Produk dan Konsistensinya
2. Garansi Produk
3. Reputasi Perusahaan

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



METODE PENELITIAN

Pengambilan Sampel dan Data

Responden yang akan diambil menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman JNE. Daerah penelitian yang diambil adalah Kabupaten Merauke. Populasi terdiri dari para konsumen yang menggunakan JNE dalam waktu satu tahun yaitu sebanyak 751 konsumen dan sampel dihitung menggunakan rumus slovin yang didapat sebanyak 88 sampel. Kuesioner diberikan kepada 88 konsumen JNE yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari kinerja input harga dan kualitas pelayanan dan kinerja output kepuasan konsumen. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari pembagian kuesioner yang diberikan kepada 88 responden sebagai konsumen dari jasa

pengiriman JNE cabang Merauke. Sedangkan data sekunder didapatkan dari berbagai literatur yang dapat menunjang penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah dengan penyebaran kuesioner atau angket kepada para responden dan diminta untuk mengisi atau memberi jawaban dari pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti dalam bentuk skala Likert. Skala ini digunakan untuk mempermudah para responden menjawab setiap butir pertanyaan yang ada. Skala yang digunakan pada penelitian kali ini adalah 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2018). Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel Indikator	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
HARGA				
1	H1	0,465	0,176	Valid
	H2	0,593	0,176	Valid
	H3	0,622	0,176	Valid
	H4	0,584	0,176	Valid
	H5	0,677	0,176	Valid
	H6	0,495	0,176	Valid
	H7	0,445	0,176	Valid
	H8	0,737	0,176	Valid
KUALITAS PELAYANAN				
2	KUPE1	0,619	0,176	Valid
	KUPE2	0,640	0,176	Valid
	KUPE3	0,749	0,176	Valid
	KUPE4	0,718	0,176	Valid

No	Variabel Indikator	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
	KUPE5	0,723	0,176	Valid
	KUPE6	0,755	0,176	Valid
	KUPE7	0,718	0,176	Valid
	KUPE8	0,394	0,176	Valid
	KUPE9	0,427	0,176	Valid
	KUPE10	0,650	0,176	Valid
KEPUASAN PELANGGAN				
	KEPE1	0,705	0,176	Valid
	KEPE2	0,668	0,176	Valid
3	KEPE3	0,696	0,176	Valid
	KEPE4	0,661	0,176	Valid
	KEPE5	0,661	0,176	Valid
	KEPE6	0,607	0,176	Valid

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang di hunakan untuk mengukur variabel-variabel pada penelitian kali ini mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} untuk $n = 88$ responden yaitu 0,176. Dengan demikian dapat diketahui bahwa semua indikator yang digunakan sebagai pengukur dari setiap variabel diatas adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali 2018). Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variable dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Ghozali 2018)

Ringkasan hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Harga (X ₁)	0,708	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,840	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,748	0,60	Reliabel

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel penelitian diatas adalah reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapny ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,939	2,336		3,399	,001
	HARGA	,256	,084	,323	3,059	,003
	KUALITAS_PELAYANAN	,228	,061	,396	3,752	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,256 X_1 + 0,228 X_2 + e$$

Ketiga variabel tersebut menunjukkan memiliki arah koefisien positif. Namun demikian makna pengaruh prediktor sebagaimana pada model tersebut selanjutnya dibuktikan dengan pengujian hipotesis.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) dalam menjelaskan variabel dependen (kepuasan konsumen). Hasil dari perhitungan tabel t dapat dilihat pada tabel:

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

$H_0 : 1 = 0$: Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : 1 \neq 0$: Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien diperoleh nilai t hitung = 3,059 dengan signifikansi 0,003. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 1 diterima.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

$H_0 : 1 = 0$: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : 1 \neq 0$: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien diperoleh nilai t hitung = 3,752 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 1 diterima.

Uji F

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F.

Tabel 4
Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257,890	2	128,945	30,701	,000 ^b
	Residual	357,008	85	4,200		
	Total	614,898	87			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

Hipotesis yang akan digunakan adalah:

$H_0 : 1 = 2 = 0$: Variabel bebas secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

$H_1 : 1 \neq 2 \neq 0$: Variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai F sebesar 30,701 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai sig F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square pada model sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,419	,406	2,049

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,406. Hal ini berarti 40,6% kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh harga dan juga kualitas pelayanan dan 59,4% lainnya kepuasan dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Hasil dari olah data menggunakan SPSS versi 22 menjelaskan bahwa harga dan juga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian validitas yang dilakukan menghasilkan nilai r_{tabel} dari masing 0,176 dengan tingkat signifikansi masing-masing variabel lebih rendah dari 0,05. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan yang diberikan kepada responden adalah valid.

Dari uji reliabilitas menunjukkan hasil dari *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang telah disebar adalah reliabel. Hal tersebut dapat dilihat pada *Cronbach Alpha* dari hasil olah data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut: Harga (X₁) dengan nilai sebesar 0,708, Kualitas Pelayanan (X₂) dengan nilai sebesar 0,840 dan Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 0,748. Seluruh variabel independen pada penelitian ini berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas Pelayanan dengan koefisien 0,396. Sedangkan untuk harga mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan koefisien 0,323.

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman JNE. Pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Pelanggan yang telah membayar sesuai dengan ketentuan akan mendapatkan pula manfaat atau pelayanan sesuai dengan harga yang telah dia korbankan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Apabila harga yang dikorbkan dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka harga tersebut dipersepsikan baik dan sesuai dengan apa yang diterima konsumen. Jika apa yang diterima/dirasakan melampaui harapan pelanggan maka penetapan harga dapat baik atau ideal. Sebaliknya jika harga yang dikorbkan dirasa berbanding terbalik dengan apa yang di rasakan atau diterima konsumen, maka dapat diartikan penetapan harga tersebut adalah buruk, dengan demikian baik buruknya penetapan harga pada jasa pengiriman JNE tergantung dari manfaat yang diraskan oleh konsumen secara konsisten.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman JNE. Pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Pelanggan yang menerima layanan jasa yang berkualitas, maka dengan demikian ia akan mendapatkan nilai dari jasa yang telah dibeli sebelumnya. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima/dirasakan melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan tersebut

dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima/dirasakan lebih rendah dari pada harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang buruk, dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, artinya bahwa jika harga lebih ditingkatkan lagi maka akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih jasa pelayanan pengiriman JNE.
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, artinya bahwa jika kualitas pelayanan lebih ditingkatkan maka berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih jasa pelayanan pengiriman JNE.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas saran yang perlu bertujuan untuk membangun adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya pemilik JNE dapat menyesuaikan harga/tarif dengan jasa pelayanan pengiriman swasta lainnya agar sesuai dengan daya beli konsumen, sehingga dapat meningkatkan keputusan konsumen memilih Jasa pelayanan pengiriman JNE.
2. Sebaiknya pemilik JNE lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara lebih memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen serta fasilitas tempat (bangunan gedung) yang lebih memadai sehingga konsumen merasa nyaman saat berkunjung ke JNE yang akan berdampak pada meningkatkan keputusan konsumen memilih JNE dan juga pihak JNE perlu menambah

karyawan khususnya pada bagian kurir, sehingga konsumen dapat langsung menerima barang yang dipesan tanpa perlu mengambil sendiri ke JNE.

Daftar Pustaka

- Aji, Wahyu Kartika, and Harry Soesanto. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa Di Kab. Bekasi)." : 1–29.
- Brucks, Merrie, and Valarie A Zeithaml. 2000. "Price and Brand Name as Indicators of Quality Dimensions." *Journal of the Academy of Marketing Science* 28(3): 35.
- Denny, Daud. 2013. "Promosi Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado." *Jurnal EMBA* 1(4): 51–59.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 25*. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kurniansih, Indah Dwi. 2012. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 1(1): 37–45.
- Pramita, Fransiska W. A. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan." Universitas Diponegoro.
- Tan, Erwin Rediono. 2011. "Pengaruh Faktor Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Di Alfamart Surabaya." *Jurnal Kewirausahaan* 5: 25–30.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- . 2008. *Strategi Pemasaran*. 3rd ed. Yogyakarta: Andi Offset.