**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN BARANG**

**(Studi Pada Pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Banjar)**

**DARANIA YAN SUPONO**

**ANGGA GUMILAR**

Email: [gumilarangga@gmail.com](mailto:gumilarangga@gmail.com)

Program Studi Administrasi Bisnis, STISIP Bina Putera Banjar

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kasual dengan pendekatan kuantitatif. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Pearson Product Moment*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* dan jumlah sampel adalah 99 responden. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai korelasi hubungan antara variabel sebesar 0,436 termasuk dalam kategori cukup kuat. Koefisien determinasi 0,182, artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar sebesar 18.2% dan sisanya sebesar 81,8% merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti. Dari hasil uji hipotesis, diperoleh thitung lebih dari (>) ttabel atau nilai Sig 0,00, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Jasa Kurir**

***Abstract***

*This research aims to determine and analyze service quality on customer satisfaction of goods delivery service companies at PT Lintas Nugraha Ekakurir (JNE) in the Banjar city area. The type of research used in this research is casual associative with a quantitative approach. The statistical method used in this research is Pearson Product Moment Correlation. The sampling technique used a simple random sampling method and the sample size was 99 respondents. Based on the research results, the correlation value between the variables was obtained at 0.436, which is quite strong. The coefficient of determination is 0.182, meaning that the influence of service quality on customer satisfaction of goods delivery service companies at PT Lintas Nugraha Ekakurir (JNE) in the Banjar city area is 18.2% and the remaining 81.8% is the influence of other factors that were not studied. From the hypothesis test results, it is obtained that tcount is more than (>) ttable or a Sig value of 0.00, then Ha is accepted and Ho is rejected. This means that service quality significantly influences customer satisfaction with goods delivery service companies at PT Lintas Nugraha Ekakurir (JNE) in the Banjar city area.*

***Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Courier Services.***

**PENDAHULUAN**

Salah satu strategi utama untuk menarik pelanggan modern adalah kepuasan pelanggan. Untuk menarik pelanggan, kualitas pelayanan yang baik diperlukan agar pelanggan puas. Karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, persaingan antar perusahaan menjadi sangat ketat.

Menyadari persaingan yang ketat dalam industri jasa, khususnya dalam industri jasa pengiriman barang, salah satunya yaitu PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar telah siap mengahadapi era tersebut. Sebagai perusahaan yang mengembangkan misi sosial dan komersial sekaligus PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan usahanya.

Sebagai perusahaan di bidang jasa PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar harus lebih memperhatikan fungsi sosialnya. Dalam melaksanakan misi sosialnya PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar berusaha memberikan yang bermutu dan pelayanan yang memuaskan serta dengan harga yang terjangkau kepada masyarakat. Dengan strategi ini maka jasa yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kebanyakan pengguna jasa pengiriman barang ini adalah anak sekolah, mahasiswa, pembantu rumah tangga dan wiraswasta. Pada saat pelanggan menyerahkan barang atau dokumen untuk dikirim atau ditransportasikan oleh PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), para pelanggan dianggap telah menerima dan setuju dengan syarat-syarat dan kondisi yang menjadi syarat standar pengiriman PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Maka sangat perlu ditingkatkannya kualitas pelayanan kepada konsumen agar loyalitas pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) tetap terjaga dan pelanggan tidak merasa kecewa dan beralih ke perusahaan jasa lain dan juga pelanggan merasa terpuaskan. Namun demikian, setelah peneliti melakukan pengamatan di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang ada di kota Banjar, masih ditemukan beberapa masalah yang menurut anggapan peneliti akan menggangu terhadap tujuan yang sebenarnya seperti dikemukakan di atas, diantaranya:

1. Persaingan yang cukup ketat dengan perusahaan swasta lainnya.
2. Adanya keterlambatan dalam pengiriman baik dalam hari biasa maupun dalam hari-hari besar misalnya pada hari raya, adanya jadwal yang padat sehingga bisa memperlambat waktu penyampaian barang dan itu bisa mengganggu kualitas pelayanan yang ada di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Banjar. Sehingga konsumen bisa berpindah kepada penyediaan jasa yang lain atau adanya komplain kepada karyawan agar bisa memperhatikan hal tersebut agar tidak terulang kembali.
3. Barang dinyatakan sampai oleh PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), namun kenyataannya belum diterima sama sekali, barang tertukar, atau salah kirim.

Setiap perusahaan yang didirikan atau dibangun, dapat dipastikan tujuan akhirnya adalah memperoleh profit atau keuntungan guna kelangsungan hidup perusahaan. Kunci keberhasilan agar perusahaan tetap dapat bertahan dalam persaingan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi kepuasan secara efektif dan efisien dari pada yang diberikan atau ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Sehubungan dengan uraian tersebut di atas, maka penelitian ini ditentukan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar. Dalam menunjang aktivitas operasional PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) maka salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan adalah pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE), alasannya karena dengan adanya kenaikan jumlah pelanggan akan berdampak terhadap peningkatan suatu produk disetiap perusahan.

Peneliti menggali informasi terkait penelitian terdahulu, sebagai dasar atau acuan yang berupa teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Uchik Triswandari dari Universitas Hasanudin Makasar, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Timur. Dengan tujuan sama-sama meneliti dan mengenai pemasaran khususnya dibidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Didapatkan hasil nilai f hitung 29,598 > f tabel (2,31) maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Makassar (Triswandari, U., 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Muh.Yunus Bandu dari Universitas Hasanudin Makassar, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Barat. Dengan tujuan penelitiannya adalah sama-sama meneliti dan mengenai pemasaran khususunya dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Didapatkan hasil nilai f hitung 11,83 > f tabel 2,31 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang nyata antara variabel pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Barat (Bandu, M. Y.,2013).

Penelitian dilakukan oleh Wendi Ardiawan Happy dari Universitas Sebelas Maret Purwakarta, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Luwes Loji Wetan Solo. Dengan tujuan penelitiannya adalah sama-sama meneliti dan mengenai pemasaran khususnya dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Didapatkan hasil nilai f hitung 138,578 > f tabel 2,648863 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan antara Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Luwes Lijo Wetan Solo (Happy, W. A., 2009).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengangkat sebuah penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Wilayah Kota Banjar”.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Kualitas Pelayanan**

Kemajuan teknologi kontemporer akan menyebabkan persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Agar perusahaan dapat bertahan dan mempertahankan kepercayaan pelanggannya, kualitas pelayanan harus diprioritaskan. Menurut Berry dan Zenthaml dalam Lupiyoadi (2006), pendekatan kualitas layanan yang dikembangkan oleh parasuraman dapat digunakan untuk menentukan seberapa berkualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan tentang layanan yang mereka terima. Menurut parasuraman, kualitas layanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan dengan layanannya. Semua sumber daya perusahaan berfokus pada kualitas pelayanan.

Sebagian besar masyarakat sekarang mulai membutuhkan pelayanan prima; mereka bukan lagi hanya membutuhkan produk berkualitas tinggi, tetapi mereka lebih senang menikmati pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Wijaya (2011) menyatakan bahwa kualitas produk dan jasa dapat didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan atribut produk dan jasa yang dihasilkan dari produk, pemeliharaan, rekayasa, dan pemasaran yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006), yaitu:

1. *Tangibles* atau bukti fisik

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada orang lain dikenal sebagai *tangibles*, atau bukti fisik. Dimaksudkan bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, serta keadaan lingkungan sekitarnya, merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.

1. *Reliability* atau keandalan

Keandalan/reliabel adalah kemampuan suatu organisasi untuk menyediakan layanan sesuai dengan janjinya secara akurat dan terpercaya.

1. *Responsiveness* atau ketanggapan

*Responsiveness,* atau ketanggapan adalah keinginan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat dengan informasi yang jelas kepada pelanggan.

1. *Assurance* atau jaminan

*Assurance*, atau jaminan dan kepastian, yang berarti pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan, dan sopan santun adalah beberapa darinya.

1. *Empathy*

*Emphathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan individu atau pribadi kepada pelanggan dan berusaha memahami keinginan pelanggan secara khusus dalam hal produk atau jasa fisik hingga pendistribusian yang tepat.

Beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas harus memenuhi salah satu dari dimensi tersebut karena dalam melayani konsumen perlu adanya tolak ukur yang bisa lebih mendukung dalam pemberian kualitas yang lebih baik

**Kepuasan Pelanggan**

Kunci keberhasilan agar perusahaan tetap dapat bertahan dalam persaingan adalah menetukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi kepuasan secara efektif dan efisien dari pada yang diberikan atau ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Menurut pendapat para ahli dalam hal ini Tjiptono (2014) menyatakan bahwa: Kepuasan pelanggan berkontribusi pada jumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Berbagi studi menunjukan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan dengan upaya terus menerus menarik pelanggan baru. Kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan suatu perusahaan sehingga perusahaan sangat perlu untuk memperhatikan program kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono, (2014) Program kepuasan pelanggan biasanya terdiri dari kombinasi dari tujuh elemen utama:

1. Barang dan Jasa Berkualitas: Paling tidak, mereka harus sebanding dengan para pesaing utama dalam industri. Dengan demikian, prinsip kualitas pertama dan program kepuasan kemudian.
2. Pemasaran relasi: Menjalin relasi jangka panjang dengan pelanggan merupakan bagian penting dari setiap program promosi loyalitas. Menurut asumsi umum, relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan memiliki kemampuan untuk menumbuhkan bisnis ulang atau loyalitas pelanggan. Menurut Lovelock, Patterson, dan Walker (2001), faktor-faktor berikut memengaruhi kesuksesan marketing reliationship: a. Kepercayaan (trust), b. Kepuasan terhadap produk dan jasa sebelumnya, c. Persepsi terhadap nilai yang didapatkan, d. Komunikasi yang efektif, e. Persahabatan atau ikatan sosial, dan f. Durasi relasi yang telah terjalin.
3. Program Promosi Loyalitas: Banyak digunakan untuk membangun hubungan antara bisnis dan pelanggan. Biasanya, program ini menawarkan berbagai hadiah atau penghargaan, seperti bonus, diskon, voucher, dan hadiah yang terkait dengan sering menggunakan barang dan jasa perusahaan.
4. Fokus pada Pelanggan Terbaik: Jenis program promosi loyalitas bervariasi, tetapi semua berfokus pada pelanggan yang paling berharga.
5. Sistem Penanganan Komplain yang Efektif: Pertama, perusahaan harus memastikan bahwa produk dan jasa yang dihasilkannya berfungsi dengan baik sejak awal. Setelah itu, bisnis segera mengatasi masalah melalui sistem penanganan komplain. Oleh karena itu, penanganan keluhan harus didahului oleh jaminan kualitas. Beberapa elemen yang efektif untuk menangani komplain a. Meminta maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang mereka alami b. Berempati dengan pelanggan yang marah c. Cepat menangani keluhan pelanggan d. Keadilan atau keseimbangan dalam penyelesaian masalah atau keluh keluhan e. Kemudahan bagi pelanggan untuk berkomunikasi dengan perusahaan
6. *Unconditional Guarantees*: Program kepuasan pelanggan membutuhkan jaminan tanpa syarat. Garansi adalah janji jelas kepada pelanggan tentang tingkat kinerja yang dapat diharapkan. Karakteristik garansi yang baik adalah sebagai berikut: a. Tidak bersyarat (tidak dibebani dengan berbagai aturan, ketentuan, atau pengecualian yang membatasi atau menghambat kebijakan atau pengambilan atau kompensasi) b. Spesifik c. Realistis (tidak bombastis yang cenderung tidak dapat dipenuhi) d. Berarti/penting (mencakup aspek-aspek penyampaian jasa yang penting bagi pelanggan) e. Ditulis dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami f. Mudah direalisasikan dan dibayar
7. Program kepuasan pelanggan Pay-For-Performance: memerlukan dukungan dari sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan bertanggung jawab untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, karyawan juga harus dipuaskan

Mutu sangat terkait dengan kepuasan pelanggan karena mempengaruhi langsung kinerja produk dan akibatnya berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan bergantung pada anggaran kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pelanggan. Jika produk jauh kurang dari harapan pelanggan, maka pembeli jasa merasa puas, dan jika prestasi produk melebihi harapan, maka pembeli jasa merasa sangat gembira. Pelanggan yang puas akan membeli kembali produk itu dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman positif mereka dengannya. Memenuhi harapan pelanggan dengan prestasi perusahaan adalah penting.

“Kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan merupakan tiga hal yang terkait erat,” menurut Keller dan Keller (2002). Tingkat kepuasan pelanggan meningkat dengan kualitas, yang mengarah pada harga yang lebih tinggi dan—seringkali—biaya yang lebih rendah. Ada beberapa hal yang menunjukkan korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, di antaranya sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi ketidakpuasan pelanggan; tingkat pelayanan yang lebih tinggi akan menyebabkan lebih sedikit kerja ulang pelanggan dan pada akhirnya mengurangi jumlah pelanggan yang tidak puas.
2. Ketika kualitas pelayanan menunjukkan kepuasan pelanggan yang tinggi, biaya akan meningkat. Salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan adalah tingkat faktor yang rendah.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang tinggi harus diberikan, dan upaya untuk meningkatkan kualitas harus terus dilakukan menuju tingkat yang lebih tinggi. Titik berat dari pelayanan jasa retail adalah memberikan layanan yang baik dengan mempertimbangkan keinginan pelanggan. Pelayanan yang baik akan menarik pelanggan baru.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode eksplanatory dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang dikumpulkan diwakili dalam bentuk angka. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa "hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi)" dalam pendekatan kuantitatif. Kualitas pelayanan, sebagai variabel bebas, dihubungkan dengan kepuasan pelanggan, sebagai variabel terkait, dalam penelitian ini. Selanjutnya dapat digambarkan dalam bentuk paradigma penelitian seperti berikut:

|  |
| --- |
| Variabel X  Kualitas Pelayanan |
| 1. Bukti fisik 2. Kehendak 3. Ketanggapan 4. Jaminan 5. *Emphaty*   Sumber : Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006) |

|  |
| --- |
| Variabel Y  Kepuasan Pelanggan |
| 1. Barang dan Jasa Berkualitas 2. *Relationship Marketing* 3. Program Promosi Loyalitas 4. Fokus pada Pelanggan Terbaik (*Best Customers*) 5. Sistem Penanganan Komplain Secara Efektif 6. *Unconditional Guarantees* (Garansi) 7. *Program Pay-For Performance* (Sumber Daya Manusia)   Sumber : Tjiptono, (2011) |

**Gambar 1. Paradigma Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa pengiriman barang PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar sejumlah 9001 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden, metode simple random sampling digunakan untuk mengambil anggota sampel dari populasi secara acak tanpa mempertimbangkan kelas populasi. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin, dengan presisi yang ditetapkan 10 % sehingga sampel yang diambil sebanyak 99 responden.

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang paling strategis dalam penelitian ini karena tujuan utama mereka adalah mendapatkan data. Jika peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data yang tepat, mereka tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Proses pengumpulan data dilaksanakan melalui:

1. Studi Kepustakaan: Metode pengumpulan data yang melibatkan membaca dan mempelajari berbagai literatur dan sumber bacaan terkait dengan masalah yang diteliti.
2. Studi Lapangan, yaitu kegiatan pengumpulan data yang dilakukan sdengan cara langsung mengadakan penelitian pada pelanggan pengguna jasa pengiriman surat dan barang, melalui berbagai kegiatan sebagai berikut :
3. Observasi, yaitu cara untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian.
4. Angket atau Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan melalui penyebaran sejumlah pernyataan kepada responden, kemudian responden memberikan jawaban dengan cara memilih jawaban yang telah disediakan peneliti. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert.*

Adapun Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan melaui beberapa tahapan, yakni uji validitas dan uji reliabilitas, membuat daftar distribusi frekuensi, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji signifikansi (Uji t).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Kualitas Pelayanan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Banjar**

Kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan pelanggannya akan memberikan daya tanggap yang sangat baik untuk pelanggan, membuat mereka nyaman dan senang mendapat suatu produk dengan pelayanan yang baik. Oleh karena itu, pelanggan bukan hanya membutuhkan produk berkualitas tinggi tetapi juga pelayanan yang baik, sehingga pelanggan akan menjadi loyal pembeli.

Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden mengenai kualitas pelayanan di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar diperoleh total skor sebesar 7.321 atau persentase sebesar 92,43% dan masuk kedalam kategori “Baik”. Artinya bahwa tingkat klasifikasi kualitas pelayanan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Banjar sudah memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya.

**Kepuasan Pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Banjar**

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi pembelian di mana pilihan yang dipilih setidaknya sama atau melampaui harapan pelanggan atau konsumen dan tingkat perasaan mereka setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diharapkan dibandingkan dengan hasil yang diharapkan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menumbuhkan harapan yang akan mendorong konsumen untuk kembali membeli dan menggunakan barang dan jasa tersebut. Membutuhkan komitmen yang kuat dari perusahaan dalam hal dana dan sumber daya manusia untuk mencapai kepuasan pelanggan. Sementara upaya ini adalah rencana jangka pendek, itu adalah rencana jangka panjang yang membutuhkan implementasi yang konsisten.

Kepuasan pelanggan yang terjadi pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar, masih ada yang pengiriman barang dan itu terjadi apabila kualitas pelayanan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar baik. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 99 responden untuk kepuasan pelanggan pada PT Jalur Nugraha Ekakuri (JNE) di wilayah kota Banjar diperoleh total skor sebesar 6.276, skor rata-rata 448,28 atau 90,56% terletak pada kategori “Baik”. Artinya bahwa tingkat klasifikasi kepuasan pelanggan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar berada diklasifikasi baik dan harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar para pelanggan tidak berpindah kepada pesaing.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Wilayah Kota Banjar**

Untuk mengetahui apakah secara statistik benar-benar ada hubungan atau pengaruh antara kualitas pelayananterhadap kepuasan pelanggan, maka dilakukan beberapa uji statistik. Untuk lebih jelasnya akan dibahas dibawah ini:

**Uji Koefisien Korelasi**

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi antara kedua variabel dan ukuran; ini juga digunakan untuk menentukan seberapa kuat atau derajat korelasi tersebut. Untuk mengetahui korelasi antara kedua variabel, maka dilakukan uji statistik prametrik dengan bantuan program SPSS, hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 1. Uji Koefisien Korelasi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summary** | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|
| 1 | .436a | .190 | .182 | 4.50902 |
| a. Predictors: (Constant), x | | | | |

Dengan demikian di dapat hasil perhitungan tingkat hubungan dengan nilai sebesar 0,436 . Selanjutnya untuk dapat memberikan interpretasi seberapa cukup baik hubungannya, maka dapat digunakan pedoman dari Sugiyono (2014), maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,436 termasuk pada kategori “sedang”. Jadi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar terdapat pada kategori sedang.

**Uji Koefisien Determinasi**

Setelah mendapatkan nilai koefisien, langkah berikutnya adalah menghitung seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Ini akan dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi sesuai dengan rumus Sudjana (2005):

**Kd = x 100%**

Keterangan :

Kd : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi

Kd = 0,4362 x 100%

= 0,190

Hal ini berarti 0,190 atau 19% variabel kepuasan pelanggan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) diwilayah kota Banjar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 81% dipengaruhi oleh variabel lain yang dalam penelitian ini tidak dibahas.

**Uji Signifikan (Uji t)**

Untuk mengetahui tingkat signifikan dari koefisien korelasi, maka peneliti menggunakan program *statistical product and service solution* (SPSS) windows versi 21.0:

**Tabel 1. Uji Signifikansi**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 18.469 | 5.487 |  | 3.366 | .001 |
| X | .569 | .119 | .436 | 4.777 | .000 |
| a. Dependent Variable: y | | | | | | |

Hasil yang diperoleh dari analisis data di atas nilai sebesar 4,777 sedangkan sebesar 1,661 (data terlampir)sehingga thitung >ttabel. Jika analisis maka Ho ditolak Ha diterima dengan sig. 000 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar.

**Persamaan Regresi**

Setelah dilakukan langkah-langkah di atas, disajikan persamaan regresi untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh antar variabel ketika ada perubahan baik kenaikan maupun penurunan. Hal ini dilihat dari arah korelasi yang terbagi menjadi dua, yaitu positif (+) dan negative (-). Hal ini sejalan dengan pendapat dari Muhidin dan Abdurahman (2011) yang menyatakan bahwa: Arah korelasi dapat kita bedakan menjadi dua, yaitu yang bersifat satu arah dan sifatnya berlawanan arah. Contoh hubungan yang satu arah: kenaikan gaji pegawai diikuti dengan jumlah konsumsi. Contoh hubungan yang berlawanan arah: makin meningkatnya harga barang diikuti dengan menurunnya jumlah permintaan.

Selanjutnya, untuk persamaan regresi dilihat pada tabel *Coefficients* dengan rumus (Riduwan dan Kuncoro, 2012) sebagai berikut:

Y = a + bX

Y = 18.469 + 0,569X

Keterangan :

Y = Kualitas Pelayanan

X = Kepuasan Pelanggan

18,469 = *Constant* atau Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Pelanggansama dengan nol (Y pada saat X = 0).

0,569 = Perubahan atau kenaikan Kualitas Pelayanan pada

Kepuasan Pelanggan (karena nilai badalah positif).

Hal di atas dapat dijelaskan bahwa setiap ada perubahan atau kenaikan pada variabel kualitas pelayanan (X) maka terdapat perubahan atau kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat terjadi karena sejalan dengan meningkatnya kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan cenderung naik.

Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata yang terjadi selama interaksi antara pelanggan dan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan dengan tujuan menyelesaikan masalah pelanggan atau pelanggan. Hal diatas ditunjukan oleh karyawan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar yang cenderung memperhatikan kualitas pelayanan dalam menjalankan aktivitas rutin pekerjaan digunakan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan perusahaan dicerminkan pada kemampuan pelaksanaan kinerja karyawa, semakin baik kualitas pelayanan cenderung dapat meningkatnya kualitas kepuasan para pelanggan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar.

**SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Wilayah Kota Banjar”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar berdasarkan penilaian variabel dan interval data berada pada daerah sangat setuju. Berdasarkan beberapa kriteria yang diajukan, skor tertinggi pada variabel kualitas pelayanan pada pernyataan “Selalu memberikan rasa aman dalam pengiriman barang milik pelanggan” dengan demikian para pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan tidak berpaling keperusahaan lain.
2. Tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar berdasarkan penilaian variabel dan interval data berada pada daerah sangat setuju. Berdasarkan beberapa kriteria yang diajukan, skor tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan pada pernyataan “Perusahaan menyediakan tingkat layanan yang tinggi guna memuaskan pelanggan” sehingga para pelanggan merasa puas menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar, yakni dengan thitung>ttabel yakni thitung 4,777 >ttabel 1,661.

**Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan setelah menganalisa hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa pengiriman barang pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar yaitu:

1. Berdasarkan skor terendah yang diperoleh dari rekapitulasi pada varibel kualitas pelayanan, yakni pada pernyataan “Lingkungan bersih mudah dijangkau oleh pelanggan”. Dalam hal ini hendaknya perusahaan mendirikan kantor ditempat yang lebih strategis agar mudah dijangkau oleh para konsumen.
2. Berdasarkan skor terendah yang diperoleh dari rekapitulasi pada variabel kepuasan pelanggan, yakni pada pernyataan “Perusahaan menyediakan layanan kepada konsumen berkaitan dengan pelayanan beberapa jenis jasa”. Dalam hal ini perusahaan harus menyediakan beberapa layanan jasa yang lebih berpariasi dan menarik agar para pelanggan tetap setia dan tidak berpaling keperusahaan lain.
3. Berdasarkan atas analisis akan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengiriman barang di PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di wilayah kota Banjar, bias memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan variabel tersebut dengan cara memaksimalisasi pelayanan kepada pelanggan

**DAFTAR PUSTAKA**

Bandu, M. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat. *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin. Makassar*.

Happy, W. A. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo).

Kotler, P., & Susanto, A. B. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan. Implementasi dan Pengendalian, Salwmba Empat, Jakarta*.

Lovelock, P. Walker, 2001. Service Marketing: An Asia Pacific Perspective, Sidney.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). Manajemen pemasaran jasa. *Language*, *18*(298p), 26cm.

Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2011). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian Cet. *Ke-2. Pustaka Setia*.

Sudjana.(2005). *Metode Statistik Edisi ke*-6.Bandung :Tarsito

Sugiyono, M. (2014). *Educational Research Methods Quantitative, Qualitative Approach and R&D*. Bandung: Alfabeta.Triswandari, U. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur. *Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin. Makasar*.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa, Cetakan ke-1, Kembangan-Jakarta Barat: PT.