

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumawe)

*This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Satisfaction (a Case Study at JNE Company of Lhokseumawe City Branch). It is a quantitative descriptive study, and the population is all customers or consumers who use the JNE courier service in the Lhokseumawe City Branch, which is unlimited (infinite). The type of non-probability sampling used by researchers in this study is Accidental sampling. This study uses primary and secondary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who were selected using a sample research technique based on chance, namely selecting respondents by visiting respondents and then selecting prospective respondents who are met by chance. The data analysis method used is a multiple linear regression method with the help of SPSS. The results show that physical evidence has a positive and significant effect on customer satisfaction at JNE companies, reliability has a positive and insignificant effect on customer satisfaction at JNE companies, responsiveness has a positive and significant effect on customer satisfaction at JNE companies, and assurance has a positive and insignificant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction at JNE companies and empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction at JNE companies.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction*

**Khairina AR<sup>1</sup>, Nada Julianda<sup>2</sup>,**  
<sup>1</sup> Dosen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Malikusaleh

Corresponding Author  
[khairina@unimal.ac.id](mailto:khairina@unimal.ac.id)

## PENDAHULUAN

Dunia bisnis industri manufaktur maupun industri jasa dalam memasarkan produknya mempunyai tujuan yang sama yaitu menciptakan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Beberapa perusahaan jasa pengiriman yang tengah bersaing ketat diantaranya ialah JNE, Pos Indonesia, Tiki, JNT dan lain-lain. Masing-masing perusahaan berlomba-lomba menawarkan pelayanan yang terbaik sehingga menarik perhatian dari para calon konsumen yang sangat potensial. Persaingan yang semakin ketat menuntut para perusahaan ekspedisi untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Ditambah lagi bermunculan usaha-usaha dibidang *e-commerce* yang kita ketahui perkembangan peluang pasar dibidang itu saat ini sangat besar.

Untuk menjaga para pelanggan tentu bukan perkara mudah, perusahaan harus melakukan beberapa hal agar kepuasa konsumen terjaga. Salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan. Untuk menciptakan pelayanan yang terbaik tentu harus memahami suatu kebutuhan dan keluhan para pelanggan seperti cepatnya dalam pengiriman barang, lokasi kantor yang mudah dijangkau oleh pelanggan, baik dan ramah dalam pelayanan, mengutamakan keselamatan atau keamanan akan barang.

JNE Cabang Kota Lhokseumawe dengan berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap JNE. Selama ini diterapkan oleh JNE Cabang Kota Lhokseumawe sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan. Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan diperlukannya dimensi-dimensi kualitas pelayanan yaitu; bukti fisik (tangibles), keandala (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty).

### Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa JNE Cabang Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa JNE Cabang Kota Lhokseumawe.

3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa JNE Cabang Kota Lhokseumawe.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa JNE Cabang Kota Lhokseumawe.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa JNE Cabang Kota Lhokseumawe.
6. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa JNE Cabang Kota Lhokseumawe.

### Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Mahasiswa perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
2. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Mahasiswa perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
3. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Mahasiswa perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
4. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Mahasiswa perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
5. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Mahasiswa perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
6. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap Kepuasan Mahasiswa perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Tjiptono dan Chandra (2012) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Adapun indikator menurut Hardiyati (2010):

- 1 Kenyamanan yang dapat dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan.
- 2 Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan.
- 3 Minat untuk selalu menggunakan jasa.
- 4 Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen Tjiptono dan Chandra (2012). Alma (2013) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan.

### **Bukti Fisik (*tangibles*)**

Menurut Lupiyoadi, R. (2013) bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Adapun indikator menurut Parasuraman, A. (2014) dalam Tjiptono dan Chandra (2012) adalah :

1. Peralatan modern.
2. Fasilitas yang berdaya tarik visual.
3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional.
4. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

### **Keandalan (*reliability*)**

Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat Parasuraman, A. (2014). Adapun indikator menurut Parasuraman, A. (2014) dalam Tjiptono dan Chandra (2012) adalah :

- 1 Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan. Pemilihan merek
- 2 Dapat diandalkan dalam menengani masalah jasa pelanggan.
- 3 Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali.
- 4 Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- 5 Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan.

### **Daya Tanggap (*responsiveness*)**

Pegawai dalam memberikan bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Adapun indikator menurut

Parasuraman, A. (2014) dalam Tjiptono dan Chandra (2012) adalah :

1. Menginformasikan kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
2. Layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan.
3. Kesiediaan untuk membantu pelanggan.
4. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

### **Jaminan (*assurance*)**

Lupiyoadi, R. dan Hamdani (2013) jaminan adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Adapun Indikator menurut Tjiptono dan Chandra (2012) adalah :

1. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelangga.
2. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi.
3. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan.
4. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.

### **Empati (*empathy*)**

Menurut Carkhuff dalam Budiningsih (2012) mengartikan empati sebagai kemampuan untuk mengenal, mengerti dan merasakan perasaan orang lain dengan ungkapan verbal dan perilaku, dan mengkomunikasikan pemahaman tersebut kepada orang lain. Adapun indikator menurut Parasuraman, A. (2014) dalam Tjiptono dan Chandra (2012) adalah :

1. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan.
2. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian.
3. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan.
4. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan.
5. Waktu operasi (jam kantor) yang nyaman.

## **METODE PENELITIAN**

### **Data**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau konsumen (*infinite*) yang menggunakan layanan jasa kurir JNE Cabang Kota Lhokseumawe. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 96 orang, kemudian digenapkan menjadi 100 orang responden.

### **Teknik Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pengisian kuesioner oleh pelanggan atau konsumen yang menggunakan layanan jasa kurir JNE Cabang Kota Lhokseumawe.

**Metode Analisis Data**

Teknik ini digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel terikat. Adapun persamaan regresi adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

- Y : Kepuasan Konsumen
- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- X1 : Bukti Fisik
- X2 : Keandalan
- X3 : Daya Tanggap
- X4 : Jaminan
- X5 : Empati
- e : Error term

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Tabel . Hasil Regresi Linear Berganda**

Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			Std. Error			
1	(Constant)	3.175	2.066		1.537	.128
	Bukti_Fisik	.643	.096	.003	4.801	.000
	Keandalan	4.980	.059	.000	.001	.999
	Daya Tanggap	.552	.065	.655	8.516	.000
	Jaminan	.057	.077	.054	.743	.460
	Empati	.254	.077	.249	3.312	.001

Adapun persamaan regresi dari Tabel di atas adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

$$Y = 3,175 + 0,643X_1 + 4,980X_2 + 0,552X_3 + 0,057X_4 + 0,254X_5 + e$$

Pada persamaan di atas diperoleh nilai konstanta sebesar 3,175 artinya jika variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan JNE Cabang Kota Lhokseumawe nilainya sebesar 3,175.

Dari table di atas dapat dijelaskan bahwa varibel bukti fisik, daya tanggap dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan JNE Cabang Lhokseumawe.

Sementara variabel keandalan dan jaminan tidak berpengaruh secara signifikan namun berhubungan positif. Kondisi ini dapat dijelaskan bahwa secara umum konsumen tidak khawatir dengan jasa kiriman pada perusahaan JNE. Mereka pada umumnya sudah percaya terhadap perusahaan tersebut.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan analisis data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial bukti fisik, daya tanggap dan empati berpengaruh secara signifikan tetapi pada keandalan dan jaminan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan JNE Cabang Kota Lhokseumawe. Kemudian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan JNE Cabang Kota Lhokseumawe.

**Saran**

Berdasarkan hasil yang didapat untuk meningkatkan kepuasan konsumen perlu diperhatikan beberapa variable yang telah penulis teliti. Pada variable keandalan dan jaminan perlu untuk ditingkatkan agar kepuasan konsumen pada perusahaan JNE Cabang Kota Lhokseumawe dapat terjaga

## **REFERENSI**

Alma. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Budiningsih, A. 2012. Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Hardiyati, R. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebuh Teh Pengilaran. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Parasuraman, A. 2014. The Behaviorial Consequenses of Service Quality. New Jersey: Prentince Hall.

Rambat Lupiyoadi. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, Fandi dan Chandra, G. 2012. Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.

Griselda dan Panjaitan, (2007 ). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. DeReMa Jurnal Manajemen. 2(1) Januari: 39-62

Lupiyoadi (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Salemba Empat

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.