

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JNE CABANG BANDUNG

Januar Efendi Panjaitan¹

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

Email: januarpj@gmail.com

Ai Lili Yulianti²

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

Email: Ailili1955@gmail.com

ABSTRACT

This study entitled Influence of Service Quality Customer Satisfaction at Branch JNE Bandung. Purpose of this study was to determine the effect of Quality of Service Quality of Service Customer Satisfaction either simultaneously or partially on Cabang JNE Bandung. JNE is a freight company and documents that have been established since 1990. In 2004, JNE set up headquarters in Jakarta. The JNE Bandung has a branch office in Jalan Permata Kawalayaan numbers 1-4 Soekarno Hatta, Bandung. This type of research used in this research is descriptive research type using a quantitative approach. The analysis technique used is descriptive analysis techniques and multiple linear regression. While the sampling technique used is Non Probability sampling using purposive sampling and number of samples of 78 people. Based on the results of this research is that the quality of service (X) consisting of Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, and Responsiveness simultaneously have significant influence on satisfaction customers with significant value (p value) of $0.003 < 0.05$. Partial test results showed that the only variable that empathy has a partial effect on customer satisfaction with the number of variables of significance (p value) amounted to $0.021 < 0.05$.

Keywords: Quality of Service (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness), Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung. JNE adalah perusahaan pengangkutan dan pengiriman dokumen yang telah berdiri sejak tahun 1990. Pada tahun 2004, JNE mendirikan kantor pusat di Jakarta. JNE Bandung memiliki cabang di Jalan Permata Kewalayaan nomor 1 – 4 Soekarno Hatta, Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *non probability* sampel yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*), Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan.

Kotler dalam Alma (2007:286), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah

harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

JNE sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut, pada tanggal 5 Oktober 2013 peneliti melakukan observasi awal di JNE cabang Bandung yang terletak di Jalan Permata Kawaluyaan nomor 1-4 Soekarno Hatta Bandung. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat JNE wilayah Bandung. Lokasi ini juga yang akan menjadi objek penelitian di dalam penelitian ini.

Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara singkat kepada sepuluh pelanggan JNE di kota Bandung

yang dipilih secara acak. Kemudian peneliti membuat daftar mengenai pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan terhadap jasa pengiriman dengan keadaan aktual yang diberikan oleh JNE. Hasil observasi tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1
Pelayanan yang diharapkan Konsumen dengan Keadaan aktual yang diberikan oleh JNE

No	Pelayanan yang harapan konsumen	Pelayanan standar yang ditetapkan JNE	Keadaan aktual yang terjadi
1.	Memiliki <i>website</i> agar konsumen dapat memperoleh informasi mengenai perusahaan	Memiliki <i>website</i>	JNE telah memiliki www.jne.co.id sebagai sarana pemberitaan informasi
2.	Mampu memberitahu letak keberadaan barang secara <i>real-time</i>	Memiliki <i>fasilitas OnlineTracking</i>	JNE telah memiliki <i>fasilitas Online Tracking</i> pada website jne.co.id yang dapat diakses oleh konsumen dengan memasukkan nomor resi yang terdapat pada nota pengiriman
3.	Pcndistribusia n barang yang cepat	Estimasi waktu barang sampai sesuai dengan pilihan paket pengiriman yaitu: a. SS (sampai pada hari yang sama)	JNE pernah melakukan pengiriman barang dengan waktu yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan terutama pada saat hari hari besar.

		b. YES (satu hari) c. REG (dua sampai dengan empat hari) d. OKE (empat sampai tujuh hari)	
4.	Mampu menjangkau hingga ke pelosok daerah terpencil.	Memiliki kantor yang tersebar di seluruh Indonesia	JNE hanya memiliki kantor cabang di kota besar dan daerah tertentu saja sehingga jika ingin melakukan pengiriman barang ke daerah terpencil akan memerlukan waktu dan biaya yang lebih mahal.
5.	Bertanggung jawab terhadap keamanan barang yang dikirimkan.	JNE akan mengganti barang yang hilang atau rusak maksimal sepuluh kali lipat dari ongkos kirim. Jika diasuransikan maka JNE akan menanggung biaya ganti rugi keseluruhan dari harga barang yang hilang atau rusak tersebut.	Pernah terjadi barang yang diterima pelanggan rusak atau tidak sesuai dengan kondisi pada saat dikirim.

6.	Handal dalam menanggulangi masalah	Memiliki <i>Customer Service</i> dan <i>Call Center</i> yang profesional untuk melayani keluhan pelanggan	JNE telah memiliki <i>Customer Service</i> dan <i>Call Center</i> di <i>line telephone</i> 021-29278888.
----	------------------------------------	---	--

Sumber: Jawaban responden dan pengolahan oleh peneliti

Dari tabel 1 tersebut di atas, dapat diketahui bahwa hampir seluruh pelayanan yang diharapkan oleh konsumen sudah dipenuhi oleh JNE. Namun pada *point* ketiga dan keempat terdapat *gap* antara harapan konsumen dengan kenyataan yang terjadi. Hal ini disebabkan karena pada waktu-waktu hari besar, misalnya hari Raya Lebaran dan Natal terjadi banyak pengiriman barang yang dilakukan oleh konsumen yang dapat menyebabkan keterlambatan barang tersebut sampai ke tujuan dengan tepat waktu, disamping adanya arus lalu lintas yang cukup padat yang dapat menyebabkan barang tersebut tidak bisa tepat waktu sampai ke tujuan. Demikian juga untuk pengiriman barang ke daerah terpencil, JNE akan memungut biaya tambahan. Hal ini disebabkan karena kantor cabang JNE hanya berada di kota-kota besar saja dan belum memiliki cabang di kota-kota terpencil.

Dengan adanya permasalahan tersebut di atas, hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan JNE. Apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi JNE ke depannya.

Permasalahan ini perlu segera diatasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan dimana kualitas pelayanan yang kurang/tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan pelanggan yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Dari uraian tersebut di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini telah dibuktikan oleh peneliti terdahulu yaitu Mahendra (2011) dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Low Cost Carrier Airlines Airasia* Indonesia periode Januari-Juni 2011”, bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43% dan sisanya sebesar 57% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut”.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada JNE cabang Bandung?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas pelayanan pada JNE cabang Bandung
2. Kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung
3. Pengaruh Kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung
4. Pengaruh Kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

2. Kajian Literatur

2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (Alma 2007:286)

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 Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono (2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya)

1. Keandalan

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Daya tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan

memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

3. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

4. Perhatian

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5. Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya.

Lovelock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dari hasil penelitian Yuliarmi dan Riyasa (2007) secara bersama-sama atau simultan seluruh dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu faktor keandalan, faktor ketanggapan, faktor keyakinan, faktor empati, dan faktor berwujud berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Denpasar. Sedangkan secara parsial, faktor keandalan tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti baik di Indonesia maupun Luar Negeri telah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan obyek yang berbeda.

Di Indonesia diantaranya adalah: Jaya Kelana (2012), Mahanani (2010), Mahendra (2012), Kusuma Atmaja (2011), Fachrurrazi (2011), Putu Riyasa (2007), Aryani, Rosinta (2010), Setyorini (2011), Herlistyani *et al* (2012), Mulyono *et al* (2007).

Di Luar Negeri adalah: Hafeez, Muhammad (2012), Shoki *et al* (2012), Liang Kheng *et al* (2010), Mosahab *et al* (2010), Wang, Shieh (2006).

Dari hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

2.6 Kerangka Pemikiran

Tjiptono (2007) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi kualitas jasa yaitu Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap.

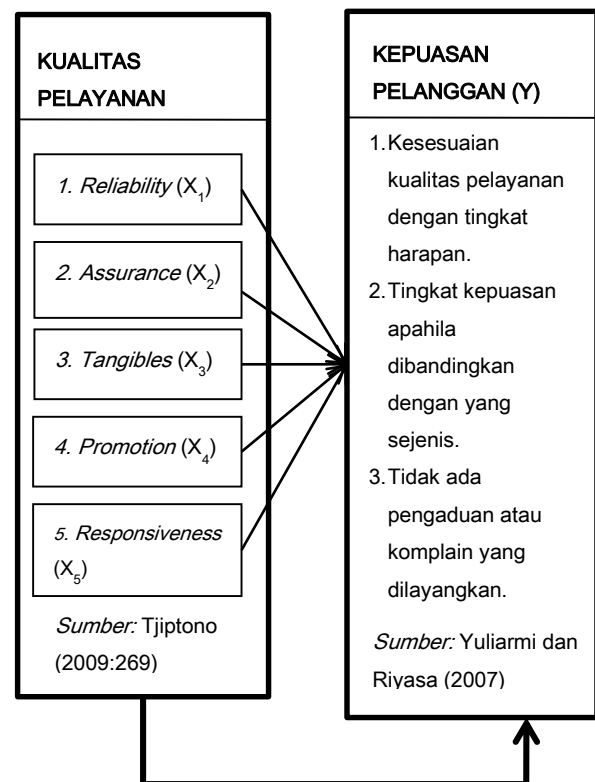
Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan dan parsial. Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu, Yuliarmi dan Riyasa (2007):

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan

tingkat harapan.

2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, secara skematis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar 2.1
Kerangka

Keterangan:

- Pengaruh parsial
- Pengaruh

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran pada gambar 2.1, hipotesis yang diajukan

dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini adalah: kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Riduwan (2010:65) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian. Penelitian kausal menurut Sugiyono (2011:37) merupakan jenis penelitian dimana adanya hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi). Metode Penelitian Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011:8)

3.2 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu: kualitas pelayanan sebagai variabel independen atau variabel bebas (variabel X) yang terdiri dari keandalan (X_1), jaminan (X_2), bukti fisik (X_3), perhatian (X_4), daya tanggap (X_5) dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen atau variabel terikat (variabel Y).

3.3 Skala pengukuran

Pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran ordinal dan skala instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Skala Likert dengan kisaran 1-5.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE cabang Bandung dan masih aktif dalam periode 1 Januari 2013 hingga 18 Maret 2014 yang berjumlah 350 pelanggan. Namun pihak perusahaan tidak dapat memberikan data pelanggan secara rinci untuk penelitian ini dikarenakan alasan rahasia perusahaan.

Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive samplin*, yaitu teknik

penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:85). Dengan teknik tersebut setiap responden dalam penelitian ini dipilih melalui *screening question* yaitu dengan menentukan kriteria responden harus sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa JNE. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dan berdasarkan rumus tersebut dapat diperoleh jumlah sampel sebesar 78 responden.

3.5 Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pernyataan melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, literatur, situs internet, dokumen yang ada di perusahaan, penelitian terdahulu dapat berupa skripsi atau jurnal ilmiah dan segala macam bacaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan, yaitu dengan cara mempelajari buku-buku, literatur, dan segala macam bacaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Studi Lapangan, yaitu dengan cara *interview* (wawancara) dan penyebaran kuesioner (angket)
3. Observasi, yaitu dengan melakukan kunjungn langsung ke obyek penelitian yaitu JNE Cabang Bandung, Jalan Permata Kawaluyaan Nomor 1-4 Sukarno Hatta Bandung.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian Validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Item pernyataan yang diteliti dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$
2. Item pernyataan yang diteliti dinyatakan tidak valid jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$

Untuk uji reliabilitas penulis menggunakan metode (rumusan) koefisien *Alpha Cronbach*. Dengan kriteria, kuesioner dinyatakan *reliabel* jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,7$ (Sekaran, 2006:182).

3.7 Teknik Analisi Data

Teknik Analisi Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Deskriptif, digunakan untuk menganalisis tanggapan responden tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Pelanggan di JNE Cabang Bandung (menjawab rumusan masalah no. 1 dan 2).

2. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial (menjawab rumusan masalah no. 3 dan 4).

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : kepuasan konsumen

a : konstanta

b : koefisien regresi

X_1 : *reliability*

X_2 : *assurance*

X_3 : *tangibles*

X_4 : *empathy*

X_5 : *responsivness*

e : eror

3.7.1 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini digunakan dua metode dalam melakukan pengujian hipotesis yaitu:

1. Pengujian secara Simultan (Uji F).
Dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel bebas yang terdiri dari keandalan, jaminan, bukti fisik, empati

dan daya tanggap terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

2. Pengujian secara parsial (Uji T).

Dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) variabel bebas yang terdiri dari keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

3.7.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

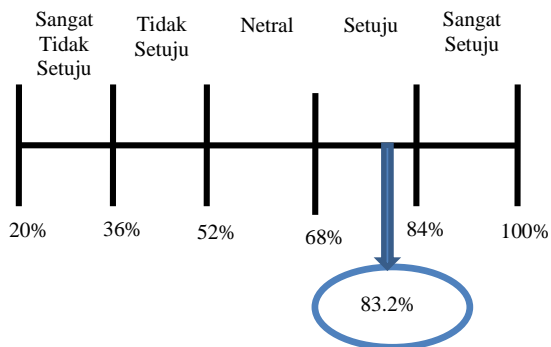
Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (kualitas pelayanan) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan) amat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen (kualitas pelayanan) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan

- 1) Tanggapan responden mengenai sub variabel keandalan

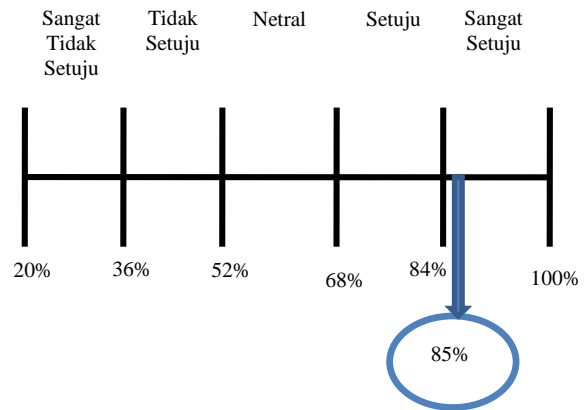
Gambar 2
Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap sub variabel *Reliability*



Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang keandalan sebesar 83,2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pihak JNE menepati janji, menunjukkan perhatian yang tulus kepada pelanggan, melayani dengan benar dan memiliki kebijakan-kebijakan yang tepat.

- 2) Tanggapan responden mengenai sub variabel jaminan.

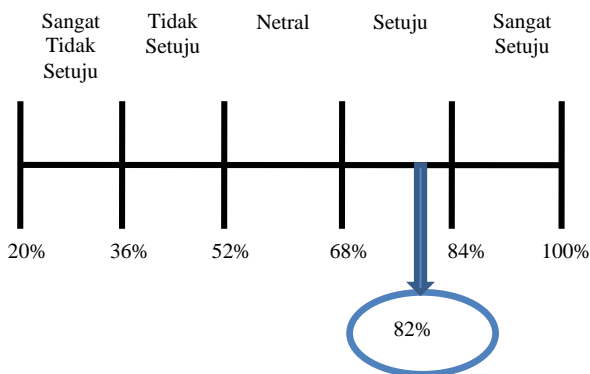
Gambar 3
Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap sub variabel *Assurance*



Berdasarkan gambar 3 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang sub variabel jaminan sebesar 85%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa pegawai JNE memiliki perilaku yang dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan, barang aman sampai tujuan, pegawai JNE memiliki perilaku yang dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan, barang aman sampai tujuan, pegawai JNE ramah dan dapat menjawab pertanyaan dengan baik.

3) Tanggapan responden terhadap sub variabel Bukti Fisik.

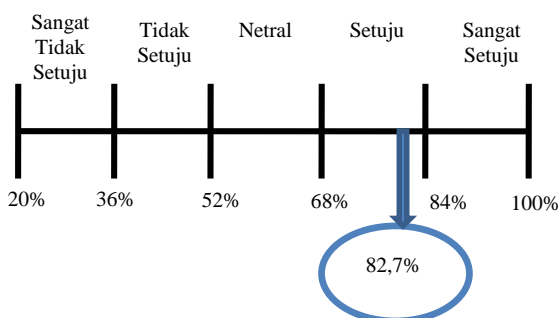
Gambar 4
Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap sub variabel *Tangibles*



Berdasarkan gambar 4 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang sub variabel bukti fisik sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa JNE memiliki peralatan yang modern, memiliki fasilitas fisik yang menarik, dan pegawai yang berpenampilan rapi.

4) Tanggapan responden mengenai sub variabel Empati.

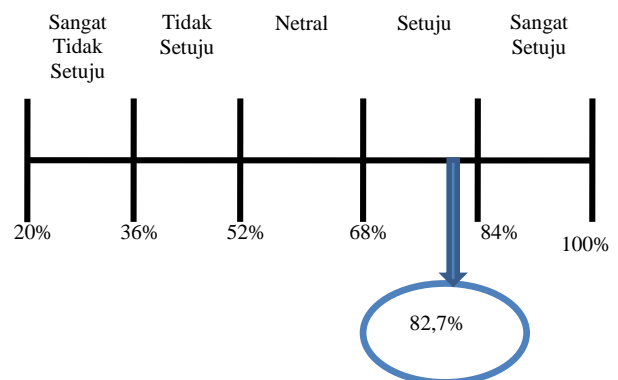
Gambar 5
Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap sub variabel *Empathy*



Berdasarkan gambar 5 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang sub variabel empati sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pegawai JNE memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memiliki jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian secara tulus, dan mampu memahami kebutuhan khusus pelanggan.

5) Tanggapan responden mengenai dimensi Daya Tanggap.

Gambar 6
Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap sub variabel *Responsiveness*



Berdasarkan gambar 6 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang sub variabel daya tanggap sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pegawai JNE memberitahu secara pasti kapan pelanggan akan dilayani,

memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan pegawai selalu berkeinginan untuk membantu pelanggan.

6) Gambaran Kualitas Pelayanan secara Keseluruhan

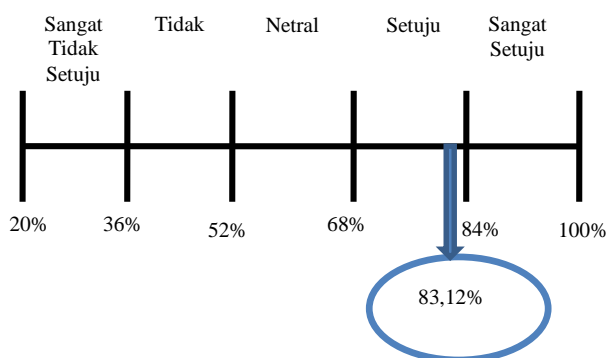
Tabel 2
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan secara keseluruhan

Subvariabel	Rata – Rata Nilai (%)
Reliability	83,2
Assurance	85
Tangibles	82
Empathy	82,7
Responsiveness	82,7
TOTAL	415,6
RATA-RATA TOTAL	83,12 (setuju)

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan secara keseluruhan dapat digambarkan pada garis kontinum di bawah ini:

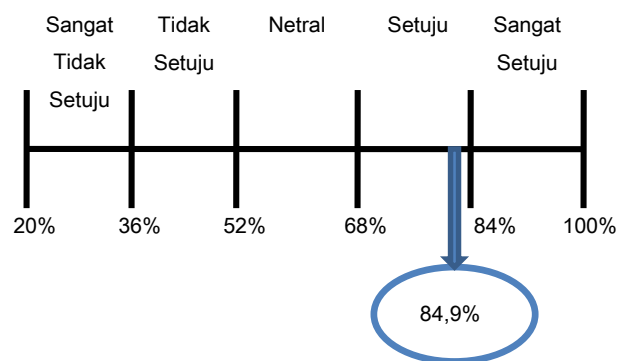
Gambar 7
Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan



Berdasarkan tabel 7 secara keseluruhan Kualitas Pelayanan pada JNE Cabang Bandung menurut tanggapan responden berada pada kategori Setuju atau baik. Hal ini terlihat dari persentase rata-rata total dari keseluruhan subvariabel Kualitas Pelayanan yang didapat yaitu sebesar 83,12%

Variabel Kepuasan Pelanggan

Gambar 8
Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan



Berdasarkan gambar 8 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi responden tentang Kepuasan Pelanggan sebesar 84,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa JNE memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan JNE lebih baik daripada perusahaan pengiriman lain, dan pelanggan tidak pernah menyampaikan keluhan ataupun komplain kepada JNE.

2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dilakukan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 20 dimana hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficient?						
Model		Unstandarded Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.451	1.346		2.564	.012		
	TOTAL_X1	.133	.099	.174	1.344	.183	.651	1.536
	TOTAL_X2	.006	.094	.008	.068	.946	.716	1.397
	TOTAL_X3	.073	.117	.077	.621	.536	.718	1.393
	TOTAL_X4	.227	.097	.296	2.351	.021	.689	1.452
	TOTAL_X5	.040	.118	.040	.340	.735	.782	1.279

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Pengolahan data SPSS ver. 21.0

Berdasarkan tabel 3 didapatkan persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,174 X_1 + 0,008 X_2 + 0,077 X_3 + 0,296 X_4 + 0,040 X_5$$

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Uji hipotesis dibagi menjadi dua yaitu uji hipotesis secara simultan (Uji F) dan uji hipotesis secara parsial (Uji T).

Pengujian secara Simultan (Uji F)

Hipotesis yang akan diuji: Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis Statistik:

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$$

Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan

$$H_a : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sans) Kualitas Pelayanan yang terdiri dan Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun kriterianya pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai $Sig. > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan.
- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
 Hasil Pengujian Simultan (Uji F)
 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	68.985	5	13.797	3.966	.003 ^b
Residual	250.485	72	3.479		
Total	319.469	77			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X5, TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X4, TOTAL_X1

Sumber: Pengolahan data SPSS ver. 21.0

Dan hasil uji F diperoleh nilai F hitting sebesar 3,966 dan angka signifikansi (P value) sebesar 0,003, dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Angka signifikansi (P value) sebesar $0,003 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak berarti variabel Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengujian secara Parsial (Uji t)

Hipotesis yang akan diuji: Terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis Statistik:

1. Variabel Keandalan.

Hipotesis variabel keandalan adalah:

a) $H_0: b_1 = 0$

Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung

b) $H_a: b_1 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara Reliability terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

2. Variabel Jaminan

Hipotesis variabel jaminan adalah:

a) $H_0: b_2 = 0$

Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung

b) $H_a: b_2 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara Jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

3. Variabel Bukti Fisik

Hipotesis variabel bukti fisik adalah:

a) $H_0: b_3 = 0$

Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung

b) $H_a: b_3 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

4. Variabel Empati

Hipotesis variabel empati adalah:

a) $H_0: b_4 = 0$

Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara empati terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung

b) $H_a: b_4 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara empati terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

5. Variabel Daya Tanggap

Hipotesis variabel daya tanggap adalah:

a) $H_0: b_5 = 0$

Artinya : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung

b) $H_a: b_5 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh secara signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung.

Adapun kriteria pengujianya adalah:

a. Jika t hitung $>$ t tabel artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dan Jika t hitung $<$ t tabel artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Jika signifikansi $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan Jika signifikansi $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan derajat kepercayaan yaitu 95% (alpha 0,05) Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini

Tabel 5
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Sub Variabel Variabel.	Hasil Uji t
	Signifikansi
<i>Reliability</i>	0,183
<i>Assurance</i>	0,946
<i>Tangibles</i>	0,536
<i>Empathy</i>	0,021
<i>Responsiveness</i>	0,735

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji t (tabel 5) dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Sub Variabel keandalan

Angka signifikansi (P Value) pada variabel keandalan sebesar 0,183 $>$ 0,05, artinya H_0 diterima. Hal ini berarti variabel keandalan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan

b. Sub Variabel Jaminan

Angka signifikansi (P Value) pada variabel jaminan sebesar 0,946 $>$ 0,05 artinya H_0 diterima. Hal ini berarti variabel jaminan secara parsial tidak mempunyai pengaruh

yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

c. Sub Variabel Bukti Fisk

Angka signifikansi (*P Value*) pada variabel *tangibles* sebesar $0,536 > 0,05$ artinya H_0 diterima. Hal ini berarti variabel bukti fisik secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

d. Sub Variabel Empati

Angka signifikansi (*P Value*) pada variabel empati sebesar $0,021 < 0,05$ artinya H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel empati secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

e. Sub Variabel Daya Tanggap

Angka signifikansi (*P Value*) pada variabel daya tanggap sebesar $0,735 > 0,05$ artinya H_0 diterima. Hal ini berarti variabel daya tanggap secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (*Y*) yang disebabkan oleh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5). Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R Square, nilai ini dapat naik atau turun

apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Nilai Adjusted R Square dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.465 ^a	.216	.161	1.865195

- a. Predictors: (Constant), TOTAL_X5TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X4, TOTAL_X1
- b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Pengolahan data SPSS ver. 21.0

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0.161. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen (Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati dan Daya Tanggap) dapat menjelaskan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar 16% sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak teliti.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh hasil bahwa responden mengatakan setuju bahwa pihak JNE menepati janji, menunjukkan perhatian yang tulus kepada pelanggan, melayani dengan benar dan memiliki kebijakan-kebijakan yang tepat yaitu sebesar 83,2%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel keandalan pada kualitas pelayanan JNE sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa keandalan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,183 yang berada diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,174. Dapat disimpulkan bahwa keandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Responden mengatakan sangat setuju bahwa pegawai JNE memiliki perilaku yang dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan, barang yang dikirim aman sampai tujuan, pegawai JNE ramah dan dapat menjawab pertanyaan dengan baik yaitu sebesar 85%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel jaminan pada kualitas pelayanan JNE sangat baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,946 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,008. Dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa JNE memiliki peralatan yang modern, fasilitas fisik yang menarik, dan pegawai yang berpenampilan

rapu yaitu sebesar 82%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel bukti fisik pada kualitas pelayanan JNE sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,536 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,077. Dapat disimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Responden menyatakan setuju bahwa pegawai JNE memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memiliki jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian secara tulus, dan mampu memahami kebutuhan khusus pelanggan yaitu sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel empati pada kualitas pelayanan JNE sudah baik. Sementara untuk pernyataan hipotesis bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,021. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi rasa empati yang diberikan JNE kepada

pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya.

Sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa pegawai JNE memberi tahu secara pasti kapan pelanggan akan dilayani, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan pegawai selalu berkeinginan untuk membantu pelanggan yaitu sebesar 82,7%. Hal ini menunjukkan tingkat variabel daya tanggap pada kualitas pelayanan JNE sudah baik. Sedangkan pernyataan hipotesis bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,735 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,040. Dapat disimpulkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Responden menyatakan sangat setuju bahwa JNE memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas pelayanan JNE lebih baik daripada perusahaan pengiriman lain, dan pelanggan tidak pernah menyampaikan keluhan ataupun komplain kepada JNE sebesar 84,9%. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung sangat baik. Pada

pengujian secara simultan diperoleh angka signifikansi (P value) sebesar $0,003 < 0,05$. Atas dasar perhitungan tersebut maka H_0 ditolak atau berarti variable Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat juga diketahui bahwa dari variabel kualitas pelayanan, variabel empati memiliki berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, dimana variabel empati ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Sedangkan faktor keandalan, jaminan, bukti fisik, dan daya tanggap mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung, maka diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Kualitas Pelayanan pada JNE cabang Bandung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif

kualitas pelayanan JNE Cabang Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini artinya kualitas pelayanan JNE mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE masuk dalam kategori sangat baik. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan selalu setia menggunakan jasa pengiriman JNE.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara Parsial terhadap Kepuasan

Pelanggan pada JNE cabang Bandung

Berdasarkan hasil uji t disimpulkan:

- a. Keandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.
- b. Jaminan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.
- c. Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.
- d. Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.
- e. Daya Tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.

5.2 Saran

Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, malca penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan untuk manajemen JNE yaitu:

- a. Pihak JNE perlu meningkatkan

kecepatan dalam pelayanan, salah satunya dengan cara memisahkan antrian pelanggan yang akan mengirimkan banyak barang dengan pelanggan yang akan mengirimkan barang lebih sedikit, alternatif lain juga dapat dengan menambah pegawai yang bertugas untuk melayani pelanggan sehingga dapat meningkatkan kecepatan dalam pelayanan dan menciptakan kenyamanan bagi pelanggan.

- b. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, JNE harus memberikan pelayanan lebih baik lagi terhadap pelanggannya dan dalam pengiriman barang sebaiknya selalu tepat waktu agar para pelanggan dapat merasa puas dan tetap setia pada JNE.
- c. Kelima elemen dari kualitas pelayanan yaitu Keandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati dan Daya Tanggap memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Sehubungan dengan hal tersebut pihak JNE perlu meningkatkan standar kualitas pelayanan dengan memperhatikan kelima aspek tersebut.
- d. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa variabel empati sudah baik dan bernilai lebih dalam menciptakan

kepuasan pelanggan, sehingga sebaiknya empati yang telah dimiliki JNE dipertahankan. Seperti menetapkan jam operasional 24 jam pada setiap cabang, memberikan perhatian terbaik secara tulus (senyum, salam, sapa) dan dapat memahami kebutuhan khusus pelanggan misalnya menawarkan asuransi kepada pelanggan yang akan mengirimkan barang pecah belah.

Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memperkaya informasi dan melengkapi khazanah keilmuan antara lain:

- a. Penelitian yang diteliti oleh penulis hanya terbatas kepada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menambah variabel lain yang berhubungan seperti variabel loyalitas.
- b. Peneliti hanya melakukan penelitian pada JNE cabang Bandung saja, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti pada JNE cabang lain sebagai pembandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, Maman & Sambas Ali. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Aryani, Dwi & Febrina Rosinta, (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal limn Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126.
- Atmaja, Aditama Kusuma. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Tiket Garuda Di PT Fatah Fantastic Tour Travel Bogor)*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
- Fachrurrazi, Sayed. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Speedy di Bandung Tahun 2011*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Hafeez, Samraz & Muhammad, Bakhtiar. (2012). *The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: Evidence from Banking Sector of Pakistan*, 3(16), 200-209.

- Herlistyani, Listien dkk. (2012). *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan htforntasi Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy Kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.*, 1(1), 1-14.
- Hurriyati, Ratih (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kelana, Sopian Jaya. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sari Ater Hotel dan Resorts*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Kheng, L. Lo et al. (2010). *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*, 2(2), 57-66
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I edisi kedua belas*. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Cristhoper & Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua)*. Jakarta: PT Indeks.
- Mahanani, Sonya. (2010). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembayaran rekening listrik (studi pada unit pelayanan pelanggan Semarang Barat)*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Mahendra, Ardana. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Low Cost Carrier Airlines Airasia Indonesia Pada Periode Januari-Juni Tahun 2011*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- Mosahab, Rahim, et al. (2010). *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation*, 3(4), 72-80.

- Shoki, Mohd el al. (2012). *Relationship Between Customers Perceived Values, Satisfaction and Loyalty of Mobile Phone Users*, 1(1), 126-135.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyorini, Winarti. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Maltkota di Pangkalan Bun*, 3(1), 167-178.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ratmito & Atik Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Vernon, Mark. (2011). *Bisnis The Key Concept*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wang, I-Ming, & Chich-Jen Shieh. (2006). *The relationship between service quality and customer satisfaction: the example of CJCUC library*, 27(1), 194-209.
- Yoeti, Oka it (2006). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Bandung: PT Pradnya.
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa. (2007). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar* , 12(1), 9-28.