

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION  
AT PT. PALOPO BRANCH NUGRAHA EKAKURIR***

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT. CABANG PALOPO NUGRAHA EKAKURIR**

**Dian Nirmasari**

FEB Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

[diannirmasari28@gmail.com](mailto:diannirmasari28@gmail.com)

**Auliyah Nurwafiyah**

FEB Universitas Ichsan Sidenreng Rappang,

[aulyahnurwafiyah@gmail.com](mailto:aulyahnurwafiyah@gmail.com)

**Fadlina**

<sup>3</sup> FEB Universitas Ichsan Sidenreng Rappang,

[fadlinadamis22@gmail.com](mailto:fadlinadamis22@gmail.com)

***Abstract***

*The problem in this study is whether service quality and price affect customer satisfaction, while the purpose of this study is to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction in PT. JNE (Nugraha Ekakurir Line) Palopo. Service quality and price as independent variables ( $X_1, X_2$ ), while customer satisfaction is the dependent variable ( $Y$ ). The problem in this study is the number of customers who have fluctuated at JNE Palopo, and in the last four years, the target was not achieved only in 2021. The sample for this study was taken from as many as 30 respondents from the population calculated using the Slovin formula. The data was obtained from the questionnaire results and then processed to be tested with statistics through the SPSS 21 program. The results of the tests showed that service quality and price had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. JNE (Nugraha Ekakurir Line) Palopo. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.*

***Keyword: Service Quality, Price, and Customer Satisfaction***

**Abstrak**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan studi PT. JNE ( Jalur Nugraha Ekakurir) Palopo. kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel independen ( $X_1, X_2$ ) sementara itu kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen ( $Y$ ). Permasalahan dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan yang mengalami fluktuasi di JNE Palopo, dan dalam 4 tahun terakhir tidak tercapainya target hanya diperoleh pada tahun 2021. Sampel penelitian ini diambil sebanyak 30 responden dari

populasi yang dihitung menggunakan rumus slovin. Data diperoleh dari hasil kuesioner dan selanjutnya diolah untuk kemudian diuji dengan statistik melalui program SPSS 21. Dari hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Palopo. Metode Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan pelanggan*

## **PENDAHULUAN**

Tingkat kebutuhan akan suatu produk di kalangan konsumen Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Akibat, kebutuhan masyarakat Indonesia semakin berkembang, mulai mengikuti perkembangan zaman. Hal ini telah meningkatkan peluang ekonomi di Indonesia. Sangat mudah untuk memulai bisnis berkat pertumbuhan teknologi yang cepat, salah satu industri yang sekarang berkembang pesat karena kemajuan teknologi dalam perdagangan Internet. Salah satu faktor yang mempercepat ekspansi pemasaran online di Indonesia adalah kemajuan teknologi dan penggunaan internet. Bisnis online dapat melakukan penjualan online, meniadakan kebutuhan interaksi tatap muka antara pelanggan dan penjual untuk menyelesaikan transaksi. Hal ini sejalan dengan perubahan cara hidup masyarakat Indonesia untuk memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi komunikasi yang semakin cepat dan praktis, menjadikan jualan online sebagai salah satu pilihan terbaik.

Dahulu orang melakukan transaksi langsung untuk jual beli. Orang Indonesia mulai menggunakan pasar virtual dan terbiasa melakukan pembelian dan penjualan online. Maraknya penjualan online dan pendistribusian dokumen perusahaan menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya frekuensi pengiriman produk. Hal ini mendorong pasar jasa pengiriman barang untuk berkembang dan sejahtera. Mungkin PT. Pos Indonesia sebelumnya hanya dikenal sebagai perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman surat dan barang. Namun, dengan semakin banyaknya pesaing baru yang memasuki pasar jasa pengiriman barang di Indonesia, persaingan antar penyedia jasa pengiriman barang menjadi semakin ketat. JNE merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman yang cukup terkenal di antara beberapa penyedia jasa ternama.

PT. JNE adalah perusahaan Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta yang bergerak di industri pelayanan dan logistik. Nama resminya adalah Tiki Jalan Nugraha Ekakurir, yang diterjemahkan menjadi "Jalan Nugraha Ekakurir" dalam bahasa Sanskerta. Saat ini merupakan salah satu layanan kurir terluas di Indonesia. Penyedia kurir dan logistik terbesar yang didukung secara online, JNE, memiliki lokasi di seluruh Indonesia dan sudah cukup terkenal di sana. Salah satunya, Takalala, di Jl. Merdeka Timur No. 1 saat ini merupakan bagian dari layanan kurir

yang beroperasi di Indonesia dan menyediakan layanan pengiriman ekspres, penanganan bea cukai, dan distribusi.

Perusahaan perlu memuaskan kliennya untuk terus melakukan bisnis. Jika sebuah perusahaan dapat menerima banyak konsumen, mereka dapat menjadi pemilik bisnis. Untuk membantu pelanggan, perusahaan harus memahami apa yang paling penting bagi pelanggan dan apa yang paling penting bagi pelanggan. Bisnis juga harus melakukan segala upaya untuk meningkatkan kinerja. Perusahaan harus mampu bersaing, dan masing-masing harus memperhatikan dan mempertimbangkan kesenangan pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan kebahagiaan pelanggan dengan berbagai cara, salah satunya dengan memperhatikan aspek kualitas pelayanan. Kualitas layanan adalah praktik bisnis yang menunjukkan upaya yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi persyaratan, keinginan, dan harapan dari yang dilayaninya. Memahami apa yang diinginkan dan diantisipasi klien dari kaliber layanan yang diberikan akan menawarkan nilai bagi bisnis.

Perusahaan harus memperhatikan kualitas layanan karena secara langsung mempengaruhi kapasitasnya untuk bersaing dan tingkat profitabilitas. Bisnis berkualitas tinggi akan menawarkan manfaat dibandingkan dengan bisnis berkualitas rendah. Penawaran konstan yang ditawarkan oleh perusahaan saingan dalam hal layanan dan harga menunjukkan betapa kompetitifnya industri pengiriman barang.

Harga adalah metrik untuk mengukur kualitas produk atau layanan. Harga produk mengukur ukuran dan nilai kepuasan seseorang terhadap barang yang dibelinya. Jika seseorang percaya mereka akan menerima kepuasan yang tinggi dari sesuatu yang ingin mereka beli, mereka mungkin bersedia membayar harga premium untuk itu. Seseorang tidak akan mau membayar atau membeli produk dengan harga tinggi jika mereka menilai kesenangannya sebagai hal yang buruk. Kegiatan antara pembeli dan penjual dalam sistem pasar menghasilkan nilai ekonomi. Pelanggan yang sensitif terhadap harga murah umumnya akan terpuaskan oleh faktor harga karena mereka akan menerima value for money yang tinggi. Harga yang merupakan sesuatu yang dapat diatur mempengaruhi apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak. Harga, yang secara eksklusif didasarkan pada kebijakan perusahaan, tentu saja memperhitungkan berbagai elemen. Tergantung produknya, mahal atau murah. Perusahaan harus selalu mengawasi penetapan harga yang ditetapkan oleh bisnis pesaing untuk memastikan bahwa tarif mereka tidak berlebihan atau sebaliknya.

Customer service sebaiknya difokuskan pada layanan yang berkembang seperti saat ini karena seiring dengan pendistribusian barang, peran industri jasa pengiriman barang (Expedition) menjadi semakin penting bagi masyarakat.

Kepuasan pelanggan individu sulit dicapai karena keragaman keinginan pelanggan. Pelanggan dapat merasakan kehadiran banyak perusahaan cabang JNE Palopo, yang berdampak pada kepuasan pelanggan. JNE Cabang Palopo belum dapat memberikan tingkat kepuasan yang layak diterima pelanggan karena pengiriman barang selalu mengalami keterlambatan dan tidak sesuai dengan informasi yang tertera di resi pengiriman. Setelah barang sampai, barang ditumpuk di gudang tempat penyimpanan, terkadang merusak barang yang dikirim. Pelanggan terpaksa menunggu lebih lama dari yang diharapkan untuk barang mereka karena kurir JNE cabang Palopo tidak mengetahui kualitas layanan. Penerima mungkin perlu memeriksa dan mengambil produk sendiri karena kurir terkadang gagal mengirimkan barang yang sudah ada dan gagal menghubungi penerima, yang menyebabkan klien merasa tidak puas dengan tingkat layanan.

Pelanggan juga mengeluhkan harga karena sistem pembulatan timbangan per 1 kg yang langsung dibulatkan. Misalnya, barang dengan berat 1,5–1,6 kg akan langsung dibulatkan menjadi 2 kg, menambah harga dan menggandakan ongkos kirim per 1 kg. Pelanggan malah merasa dirugikan karena harus membayar ongkos kirim dua kali lipat padahal barang belum mencapai 2 kg. Harga adalah salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh pelanggan, sehingga pengelola perusahaan agen JNE cabang Palopo harus memahami sepenuhnya peran ini dalam mempengaruhi sikap pelanggan untuk menetapkan harga yang lebih wajar yang sebanding dengan kecepatan pengiriman barang yang diantisipasi, pada dasarnya memastikan bahwa pelanggan akan puas jika produk secara kasar sesuai dengan waktu yang diharapkan untuk pengiriman barang, yang memakan waktu cukup lama.

## **TINJUAN PUSTAKA**

### **Pelayanan**

Menurut Kotler dan Kelle (2012:356), jasa adalah suatu tindakan atau keinginan yang diberikan kepada orang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Mengingat saling melengkapi antara produk dan layanan, tidak mudah untuk mengkategorikan produk secara tepat.

Menurut penjelasan profesional, "layanan" memiliki banyak definisi yang beragam, namun masih berkaitan dengan gagasan mendasar yang sama.

Menurut Tjiptono (2010), kualitas layanan mengacu pada tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengelolaan kesempurnaan itu untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:172), kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan sangat erat kaitannya. Pelanggan terutama didorong oleh keunggulan layanan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling

menguntungkan dengan bisnis. Hubungan emosional ini membuat bisnis sepenuhnya memahami harapan dan keinginan unik klien. Perusahaan kemudian bertujuan untuk meningkatkan pengalaman klien yang positif dan mengurangi pengalaman negatif.

### **Harga**

Harga memiliki komponen strategis, menurut Tjiptono (2008: 467); harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang perlu diperhatikan dengan seksama. Hal ini dikarenakan harga memiliki beberapa ciri strategis, antara lain:

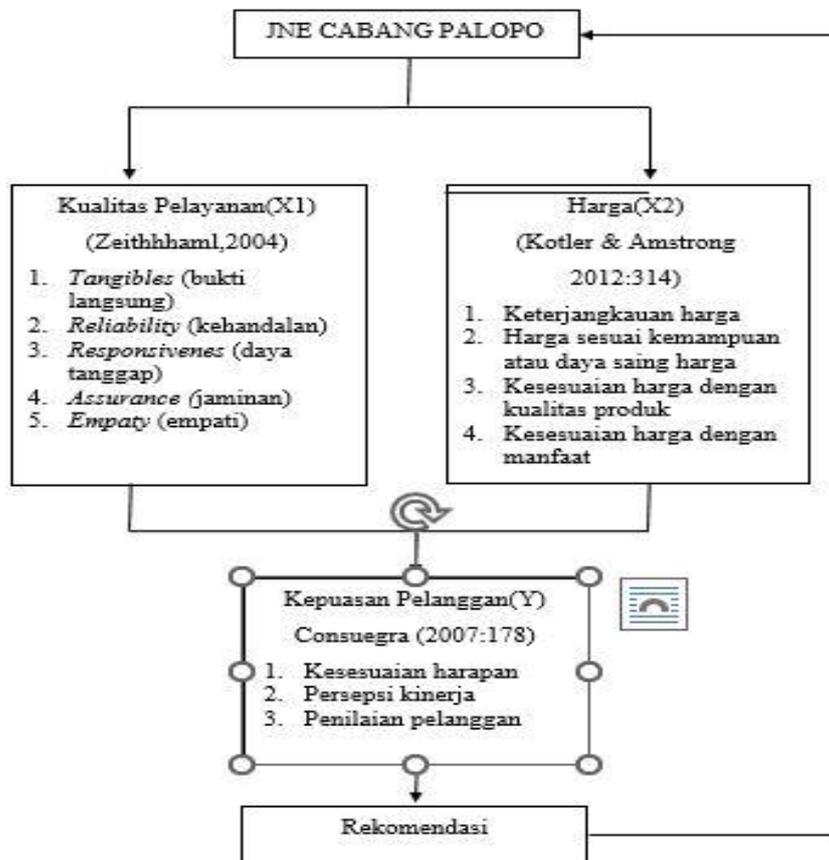
1. Harga suatu produk adalah deklarasi nilai (deklarasi nilai). Nilai adalah rasio atau perbandingan antara manfaat yang dirasakan produk dan biaya akuisisi. Keandalan, daya tahan, kinerja, dan nilai jual kembali suatu produk termasuk dalam manfaat atau nilai penuh bagi pelanggan, seperti halnya nilai pengiriman produk, pelatihan, pemeliharaan, perbaikan, dan garansi produk.
2. Pelanggan yang dapat melihat harga sebagai faktor dalam membeli barang elektronik dan mobil yang tidak terlalu memahami masalah teknologi.
3. Faktor utama yang mempengaruhi permintaan adalah harga. Menurut hukum pesanan, ukuran harga mempengaruhi berapa banyak barang yang dibeli pembeli. Jumlah permintaan untuk produk yang dipermasalahkan berkurang dengan kenaikan harga, dan sebaliknya.
4. Harga dan pendapatan berhubungan erat. Satu-satunya komponen bauran pasar yang menghasilkan pendapatan bagi bisnis adalah harga, yang memengaruhi jumlah laba dan pangsa pasar yang dicapai.
5. Harga mudah dimodifikasi karena dapat disesuaikan.
6. Harga berdampak pada positioning dan image. Harga adalah faktor penting dalam pemasaran barang kelas atas yang menekankan kualitas dan citra eksklusivitas.
7. Masalah yang paling menonjol yang dihadapi manajer adalah harga. Setidaknya empat tingkat kemungkinan konflik, termasuk perselisihan internal dengan lembaga pemerintah dan kebijakan produk, ditangani terkait masalah harga.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah prioritas utama perusahaan untuk organisasi yang sangat fokus pada klien mereka. Bisnis yang ada harus menggunakan taktik khusus untuk bersaing, bertahan, dan tumbuh dalam menghadapi pesaing yang berkembang. Menurut Kotler (2008:138), kepuasan adalah emosi kesenangan atau kekecewaan seseorang yang dihasilkan dari evaluasi seberapa baik kinerja suatu produk (hasil) dibandingkan dengan harapan mereka. Menurut Tjiptono (2008:311), kepuasan pelanggan adalah ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pelanggan yang puas dengan pembeliannya akan

cenderung membeli kembali atau membeli produk tambahan dari bisnis yang sama di masa mendatang. Mereka juga akan memberi tahu orang lain betapa hebatnya barang dan perdagangan itu. Pelanggan yang tidak puas akan mengambil berbagai tanggapan sementara itu. Beberapa orang memilih untuk tetap diam, sementara yang lain menyuarakan keberatannya. Menurut Tjiptono (2008: 311), kepuasan pelanggan adalah reaksi konsumen terhadap penilaian ketidaksesuaian antara harapan awal sebelum membeli atau standar kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah menggunakan atau mengkonsumsinya.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan Teknik analisis linear berganda dengan bantuan program SPSS. Adapun lokasi penelitian dilakukan di kantor JNE cabang palopo. Yang beralamat di JL. Merdeka Timur No. 1, Takalala, palopo, salokoe, wara tim., kota palopo, sulawesi selatan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan Adapun Teknik pengumpulan datanya menggunakan obeservasi, wawancara, dan koesioner.

**HASIL DAN PEMBAHASAAN**

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 21 diatas maka diperoleh suatu persamaan regresi berikut:

$$Y = 12,121 + 0,193X_1 + 0,280X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. konstanta b0 sebesar 12,121  
Menyatakan bahwa jika semua variabel bebas memiliki nilai (0) dan tidak ada perubahan, maka nilai variabel terikat (kepuasan konsumen) akan tetap sebesar 12,121.
- b. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,193  
Menyatakan bahwa jika nilai koefisien untuk variabel kualitas pelayanan 0,193 bernilai positif yang artinya bahwa setiap perubahan 0,193 variabel kualitas pelayanan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan terjadi perubahan satu satuan atau akan meningkat.
- c. Koefisien regresi Variabel Harga sebesar 0,280  
Menyatakan bahwa jika nilai koefisien untuk variabel harga 0,280 bernilai positif yang artinya bahwa setiap perubahan 0,280 variabel harga, maka kepuasan pelanggan (Y) akan terjadi perubahan satu satuan atau akan meningkat.

Harga merupakan variabel dengan nilai tertinggi dari kedua koefisien tersebut. Akibatnya, koefisien regresi positif (+) menunjukkan hubungan satu arah. Sebaliknya, koefisien regresi negatif (-) mewakili hubungan terbalik antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

**Pengujian Hipotesis**

**a. Uji F**

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap xdvariabel dependen. Dengan menggunakan signifikansi 5% ( $\alpha = 0.05$ ) dan *degree of freedom* (k-1) dan (n-k), dihasilkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,32.

Tabel 1. Hasil uji F (simultan)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	118.309	2	59.155	9.886	.001 <sup>b</sup>
Residual	161.558	27	5.984		
Total	279.867	29			

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber: data olah 2021 (SPSS 21)

Pada tabel 1, diketahui bahwa nilai F hitung pada kolom F sebesar 9,886. Dimana kriteria uji F adalah, bila nilai koefisien F hitung > F tabel atau nilai koefisien sig. > 0,05, maka dinyatakan berpengaruh secara simultan. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa berdasarkan tabel diatas dinyatakan hipotesis penelitian ini diterima atau variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dimana nilai F hitung (9,886) > F tabel (3,32) atau nilai sig. (0,001) < 0,05 (5%).

Mengartikan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Kota Palopo.

### b. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1 dan X2 (Kualitas Pelayanan dan Harga) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Derajat signifikan yang digunakan adalah 0,05 dengan  $T_{tabel} n-k-1 = 1,679$ . Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan hipotesis *altemative* diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara persial mempengaruhi variabel dependen. Berikut hasil pengujian dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil uji t (parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.121	6.132		1.977	.058
TOTALX1	.193	.143	.317	1.353	.187
TOTALX2	.280	.176	.372	1.589	.124

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: data olah 2021 (SPSS 21)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai singnifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,187 (X1) dan 0,124 (X2) dan t hitung < t tabel (1,679) yaitu 1,353 (X1) dan 1,589 (X2). Sehingga dapat dinyatakan bahwa kedua variabel independen (Kualitan Pelayanan dan Harga) tidak memiliki pengaruh singnifikansi. Hal ini dikarenakan

nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% (sebagai tingkat kesalahan penelitian ini).

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa beberapa variabel dalam penelitian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain. Berikut hasil pengujian determinan penelitian ini pada tabel berikut.

Tabel 3. Uji determinasi ( $R^2$ )

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 <sup>a</sup>	.423	.380	2.446

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX

Sumber : data olah 2021 (SPSS 21)

Berdasarkan tabel *model summary* diatas, ditemukan nilai R Square sebesar (0,423). sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai kontribusi sebesar 42,3% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 57,7% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Pendekatan analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Palopo dipengaruhi oleh kualitas layanan dan biaya. Menurut berbagai analisis linier, kepuasan pelanggan di PT. JNE Cabang Palopo dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk dan harga.

Secara umum dapat dikatakan bahwa JNE memiliki daya saing di pasar layanan pengiriman paket yang saat ini disediakan oleh departemen-departemen di dalam JNE, dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atas layanan yang mereka berikan. Hal ini memberikan dampak positif yang signifikan untuk melanjutkan bisnis jasa pengiriman paket JNE untuk Cabang Palopo. Oleh karena itu, informasi ini sebaiknya dijadikan sebagai masukan bagi PT.JNE Cabang Palopo agar lebih memperhatikan variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan sehingga JNE Cabang Palopo dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat agar pangsa pasar tetap bertahan dalam jasa pengiriman paket.

Topik penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan biaya terhadap kepuasan klien khususnya di JNE Cabang Palopo. Temuan uji parsial dan simultan menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan (sekaligus).

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Saat Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Rute Nugraha Ekakurir (JNE) menjadi topik penelitian Satriani (2018). Penelitian ini bermaksud untuk menguji hubungan antara harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan konsumen (Y) pada PT. JNE. Model regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, beserta data primer dan sekunder. Harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji F (uji simultan), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $12,398 > 2,70$ . angka signifikan terakhir, kurang dari 0,05 besar, adalah 0,000 karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  menunjukkan bahwa biaya variabel dan kaliber layanan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan dan biaya terhadap kepuasan patron ekspedisi di Pekanbaru dipelajari oleh Novi & Sutrisna (2017). Dengan kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas (X1 X2) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y1), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan di PT. JNE (Nugraha Ekakurir Line) Pekanbaru. Masalah studi ini adalah jumlah klien JNE Pekanbaru berfluktuasi selama empat tahun terakhir, dan hanya 2013 yang mencapai target tersebut. Dari populasi yang diperkirakan dengan metode Slovin, 93 responden dijadikan sampel untuk penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Angkutan Ojek Online Gojek di Surabaya menjadi judul penelitian Mar'ati (2016). Untuk memenuhi permintaan konsumen, industri jasa saat ini semakin bervariasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan biaya terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ojek online Gojek Surabaya. Penelitian kuantitatif adalah jenis yang sekarang digunakan. Metode sampling menggabungkan strategi sampling aksidental dengan teknik nonprobability sampling. Melalui kuesioner yang diisi responden, data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei. Ada 96 responden dalam sampel penelitian. Analisis regresi linier berganda merupakan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda disimpulkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Palopo. Yang mengartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga adalah satu kesatuan yang tak terpisahkan ikatannya dalam tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen. Dengan terbuktinya indikator tertinggi dari kedua variabel independen mengisyaratkan akan pentingnya bukti langsung pelayanan dan keterjangkauan harga yang memikat konsumen untuk selalu percaya pada layanan jasa pengiriman PT. JNE Cabang Kota Palopo.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. PT. JNE Cabang Palopo hendaknya meningkatkan indikator realibility (kehandalan) pada karyawan karena berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa indikator tersebut memiliki nilai terendah dari pada indikator lainnya.
2. PT. JNE Cabang Palopo hendaknya lebih memperhatikan dan menyesuaikan harga yang diterapkan terhadap barang konsumen. Karena berdasarkan penelitian satuan indikator variabel harga memiliki nilai yang paling kurang atau terendah
3. Berdasarkan satuan indikator variabel kepuasan pelanggan yang terendah pada PT. JNE Cabang Palopo adalah kesesuaian harapan. Hendaknya memberikan layanan prima dan harga yang bersahabat kepada konsumen atau pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ari Prasetyo, 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Cannon,dkk.2008. *Dasar-dasar Pemasaran*. Salemba Empat.Jakarta.
- Consuegra,2007. *An integrated Model of price, satisfastion and loyalty:An*
- Elmas Rahmaniah Al-Thaff. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Di Pandaan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Fatihudin, Firmansyah, 2019. *Pemasaran Jasa*. CV Budi Utama. Yogyakarta
- Hanna Ester Novi & Endang Sutrisn, 2017. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di pekanbaru. *Universitas Riau*.
- Ima Sayyidatun Nisa', Siti Saroh, Ratna Nikin Hardati, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Admiministrasi, Universitas Islam Malang*.
- Irawan,2002. *Prinsip Kepuasan pelanggan*. Elex Media Kompotindo, Jakarta.

Joseph P,dkk 2009, pemasaran Dasar edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.

Kepuasan Pelanggan Jasa Trnsportasi Ojek Online Di Surabaya. Jurnal Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Surabaya.

Kotler,P dan Keller,2007. Manejemen Pemasaran.ed12, Jilid 1&2. Jakarta

Kotler dan Keller, 2012. Manajemen Pemasaran edisi 12. Erlangga, Jakarta

Lamb,dkk,2001. Pemasaran Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.

Meli Satriani, 2018. Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jalur nugraha ekakurir JNE cabang jambi. Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Lumenta, Dady J, Mandey, Silvya L dan J. Rotinsulu Jopie. 2014. Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Manado. jurnal EMBA Volume 2 (hlm. 1150-1562). Manado. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Mar'ati CN, 2016. pPengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap

Roy Salengo, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go – Food Pada Pt. Gojek Universitas Tridinanti Palembang.