



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KETEPATAN
WAKTU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen JNE Kota Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Disusun Oleh :Fahmi Majid Attamimi
NPM.21601081341**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2020



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KETEPATAN
WAKTU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Konsumen JNE Kota Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Disusun Oleh :Fahmi Majid Attamimi
NPM.21601081341**



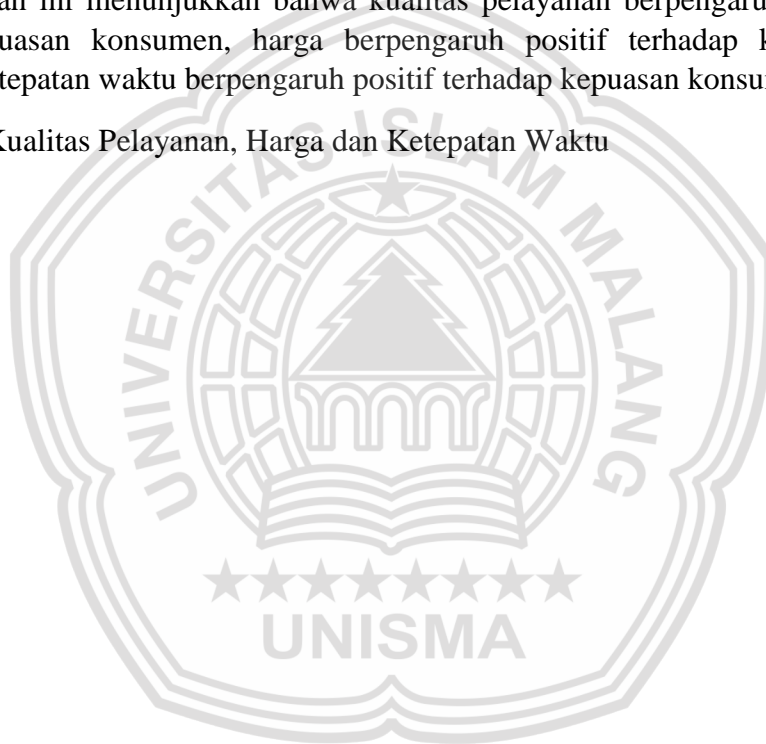
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2020

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan di PT. Nugraha Ekakurir (JNE) Line Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori (penelitian kuantitatif) melalui pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas layanan, harga, dan ketepatan waktu, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen JNE. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu



ABSTRACT

This research was conducted at PT. Nugraha Ekakurir (JNE) Line Malang City. This type of research is explanatory research (quantitative research) through a quantitative approach. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price, and timeliness on customer satisfaction. The independent variables used are service quality, price, and timeliness, while the dependent variable is customer satisfaction. The sample used in this study were 100 respondents who were JNE consumers. The data collection technique used a questionnaire. The results of this study indicate that service quality has a positive effect on customer satisfaction, price has a positive effect on customer satisfaction, punctuality has a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price and Time Accuracy*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, proses pengiriman barang sering dilakukan dan digemari oleh masyarakat luas dan lebih praktis serta cepat. Jika sebelumnya masyarakat melakukan proses jual beli secara langsung, namun sekarang ini mulai berganti ke pasar *online* dan terbiasa melakukan transaksi melalui internet. Salah satu penyebab tingginya frekuensi pengiriman barang yang telah dilakukan tersebut adalah ramainya penjualan *online* dan pengiriman-pengiriman lainnya yang dilakukan perusahaan. Hal ini yang membuat pasar jasa pengiriman barang melonjak cukup tajam. Mungkin pada jaman dahulu masyarakat masih menggunakan PT. Pos Indonesia sebagai sarana perusahaan jasa di bidang pengiriman barang ataupun surat menyurat. Akan tetapi untuk saat ini tingkat persaingan menyebabkan para konsumen melakukan seleksi dalam memilih produk, harga dan kualitas yang bermacam-macam, sehingga konsumen akan mencari yang terbaik diantara produk maupun jasa yang ditawarkan. Terdapat beberapa perusahaan jasa antara lain, JNE, Tiki, J&T, DHL dll. Dilihat dari data Top Brand Award pada tahun 2020 JNE mengungguli perusahaan jasa lainnya dengan menempati posisi teratas. Adapun table Top Brand Award tahun 2020 yaitu disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Top Brand Award tahun 2020

TOP BRAND AWARD JASA PENGIRIMAN BARANG TAHUN 2020	
JNE	27,3%
J&T	21,3%
Tiki	10,8%
Pos Indonesia	7,7%
DHL	4,1%

Sumber : www.topbrand-award.com

Bedasarkan table 1.1 JNE memiliki peringkat teratas yaitu sebesar 27,3%, J&T 21,3%, Tiki 10,8%, Pos Indonesia 7,7%, DHL 4,1%. Dapat disimpulkan bahwa JNE merupakan perusahaan jasa di bidang pengiriman yang banyak diminati oleh masyarakat.

JNE merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman paket yang cukup terkenal yang bertempat di Jakarta. Nama resmi dari JNE yaitu Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa pengiriman paket, yang harus memaksimalkan kepuasan pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan. Kunci utama untuk memenangkan kompetisi dalam perusahaan adalah dengan cara memberi nilai kepuasan yang baik. JNE memiliki fitur seperti cek harga ongkos kirim dan cek resi untuk mengetahui paket yang dikirim apakah sudah sampai tujuan dan juga untuk melacak posisi barang yang masih berstatus dalam pengiriman. Banyak faktor yang mempengaruhi mengapa konsumen tetap setia, salah satu diantaranya yaitu, para konsumen merasakan kepuasan ketika menggunakan produk tersebut sehingga konsumen kembali melakukan transaksi atau jasa ke produk tersebut.

Menurut Kotler & Keller dalam suwardi (2016:153) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. “Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.” Terdapat beberapa kasus pelanggan JNE yang tidak merasa puas oleh pelayanan JNE.

Perusahaan JNE harus menjaga kualitas pelayanan kepada para pelanggan agar tidak memilih produk dan jasa pesaing lainnya. Menurut Tjiptono (2014 : 268) dalam Freekley (2018) ”Jika jasa yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, apabila jasa yang diterima melampaui ekspektasi konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah dari yang diekspektasikan, maka kualitas pelayanan dinilai buruk”. Hal ini merupakan penilaian evaluasi setelah pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian dan pengalaman konsumen menggunakan barang atau jasa tersebut. Terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh JNE agar dapat memenuhi kepuasan konsumen, yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman.

Dikutip dari Kompas.com, pada saat ini, JNE memberikan pemotongan harga atau diskon ongkos kirim sebesar 50 persen khusus untuk pengiriman masker. Dengan adanya program ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat untuk mengirim masker ke berbagai tujuan dalam negeri sebagai

bentuk kepedulian dari wabah covid-19. Kotler & Amstrong (2016:324) mengemukakan bahwa Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan maupun penggunaan dari sebuah produk atau jasa.

Pada penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan JNE yang menimbulkan banyaknya keluhan konsumen. Ada banyak keluhan pelanggan sejumlah bukti komplain pelanggan JNE. Bukti tersebut menunjukkan dimana terjadi banyaknya keluhan pelanggan JNE, antara lain buruknya kualitas pelayanan serta ketepatan waktu pengiriman, salah satu contohnya adalah barang milik konsumen yang fisiknya rusak, waktu pengiriman yang relatif lama dan tidak tepat waktu, bukti komplain tersebut berasal dari akun resmi facebook JNE Malang. Menurut Handoko, (2010) ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba di tangan konsumen. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak (Hafizha, Abdurrahman, & Nuryani, 2019).

Permasalahan tersebut perlu segera diatasi karena menyebabkan dampak yang diakibatkan kepada perusahaan kurang baik karena kualitas layanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan yang mengakibatkan pengaruh yang kurang baik terhadap kepuasan pelanggan dan mungkin saja terjadi penurunan tingkat penjualan perusahaan.

Alasan pemilihan objek yang diteliti pada JNE adalah karena adanya penurunan kepuasan konsumen yang mana konsumen melakukan complain dalam akun resmi media social facebook milik JNE Malang. Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka disini tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Kota Malang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, maka rumusan masalah yang akan dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen JNE?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JNE kota malang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen JNE kota malang?
4. Bagaimana pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen JNE kota malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah tertera oleh penulis, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen JNE kota Malang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JNE kota Malang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen JNE kota Malang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan tambahan dan informasi bagi pembaca serta dapat menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya.

2. Bagi JNE

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan atau sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan untuk menyusun strategi pada perusahaan di masa depan dalam memenuhi kepuasan konsumennya. Sehingga perusahaan dapat bertahan di persaingan kompetisi yang sangat ketat.

3. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengalaman yang sangat berharga tentang cara memperoleh kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dianalisis bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen di JNE Kota Malang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Kota Malang.
2. Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Kota Malang.
3. Bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Kota Malang.
4. Bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Kota Malang

5.2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini telah mengusahakan dan melaksanakan penelitian sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih mempunyai keterbatasan, sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu. sedangkan masih banyak variabel-variabel lain yang mampu memengaruhi kepuasan konsumen.

2. Dari hasil nilai adjusted R Square sebesar 38.5 % dimana menunjukkan hasil yang lumayan kecil dan masih banyak variabel lain yang masih berpeluang untuk diteliti dengan hasil lebih besar

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Kepada pihak JNE disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik, memberikan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, serta tetap mempertahankan ketepatan waktu dalam mengirimkan barang. Karena erat kaitannya kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu pengiriman yang baik terhadap kepuasan konsumen yang juga akan menimbulkan citra baik bagi perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dan menambahkan indikator-indikator yang terkait dengan fenomena terkini mengenai kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahie, S. (2017). Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 7(1), 001-014.
- Aji, P. B., & Mahardika, M. (2018). Analisis Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Bawang Merah Di Desa Mojorembun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. *Mutiara Madani*, 6(1), 1-1.
- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisni*, 50.
- Angelina, E. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT. Anugrah Cahya Sejahtera.
- Ardiansyah, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Isi Ulang “Biru”(Studi Kasus Pada Masyarakat Ketintang Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(3).
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Asih, S., & Yanto, A. F. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Penggunaan Motor Matic Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 2(4), 19-36.
- Boyanda, A. S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sealant Wax (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra).
- FITRIYAH, S. (2018). Hubungan Persepsi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada JNE Cabang GKB Gresik (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2.

- Hidayat, M. (2016). Analisis Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Optic Ganda Palembang (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Ikhsomudin, M., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Pesona Soccer Zone Futsal Joyogrand-Tlogomas). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(06).
- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. *Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Liman, J. A. (2019). Pengaruh Personal Relevance, Interactivity Dan Message Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Paris Florist Surabaya.
- Maharani, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Bluecore (Studi Di Dealer Yamaha Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4).
- Maya, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Tiket, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Argo Sindoro Relasi Semarang–Jakarta (Studi Kasus Pada PT KAI (PERSERO) DAOP 4 Semarang).
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi Dan Pelayanan Publik*. Sumedang: UNPAD PRESS.
- Novi, H. E., & Sutrisna, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Pekanbaru (Studi PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru) . 4-5.
- PRANATA, E. (2017). Analisis Pegaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Benih Padi Merek Inpari 16 Di Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus Pada Cv. Agro Indo Seed).
- PUTRI, J. I. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero *Sport* Pada PT Lautan Berlian Utama Motor Cabang Palembang (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- RADZAK, S. H., Septi, K. P., & SE, M. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Harga Kompetitif Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Ride Di Area Boyolali* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Rasyida, H., & Hariwan, P. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung Periode Maret-September 2014). *eProceedings of Management*, 1(3).

- Riansyah, A. A. (2016). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Rudita Wedding Organizer (Survey Pada Pelanggan Rudita Wedding Organizer Indramayu)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Riswanto, D., Wasito, S. E., & MSIE, P. I. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Restoran Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Banteng No. 14, Bandung)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Shapiro, S. L. (2010). Does service matter? An examination of donor perceptions of service quality in college athletics. *Sport Marketing Quarterly*, 19(3).
- TRILESTARI, D. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Convention Center Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Perusahaan Grand Atyasa Convention Center) (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Wahyuningtias, R., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3).

