

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA
JNE di SIDOARJO**

(STUDY PADA PELANGGAN JNE di SIDOARJO)

SKRIPSI



Oleh

SITI WINDIANTI

NIM : 17510017

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2021

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA
JNE di SIDOARJO**

(STUDY PADA PELANGGAN JNE di SIDOARJO)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh

SITI WINDIANTI

NIM : 17510017

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA
JNE di SIDOARJO
(STUDY PADA PELANGGAN JNE di SIDOARJO)

SKRIPSI

Oleh

SITI WINDIANTI

NIM : 17510017

Telah disetujui 28 Mei 2021

Dosen Pembimbing,



Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.A.B
NIP 19791010 20180201 2 192

Mengetahui :

Ketua Jurusan,




Drs. Agus Sucipto, MM., CRA
NIP 196708162003121001

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA
JNE di SIDOARJO
(STUDY PADA PELANGGAN JNE di SIDOARJO)

SKRIPSI

Oleh
SITI WINDIANTI
NIM :17510017

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 28 Juni 2021

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji I (Penguji Utama)

Fani Firmansyah, SE.,M.M

NIP 197701232009121001

2. Penguji II (Ketua)

Alivia Rachma Amin., SE., M.Sc

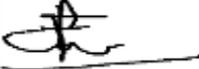
NIP -

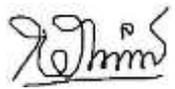
3. Penguji III (Pembimbing)

Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.A.B

NIP 19791010 20180201 2 192

Tanda Tangan

: 
()

: 
()

: 
()



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,


Agus Sucipto, SE., MM., CRA
NIP 196708162003121001

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Windianti
NIM : 1751007
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi / Manajemen

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA JNE di SIDOARJO (STUDY PADA PELANGGAN JNE di SIDOARJO)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 12 Juni 2021

Hormat Saya



Siti Windianti

NIM: 17510017

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya ingin mengucapkan syukur kepada Allah SWT karena telah menyelesaikan proposal ini dengan baik dan mudah, dengan takdirNya, saya dapat berubah menjadi individu yang berpikir, memiliki informasi, memiliki keyakinan dan menahan diri. Pencapaian ini akan menjadi langkah awal untuk masa depan saya, dalam mencapai tujuan saya. Untuk hasil skripsi saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan ibu tersayang

Bapak Kemat dan Ibu Suniya sebagai orang tua saya telah mengarahkan saya, memberi saya cinta dan kasih sayang, dan mendukung saya untuk melanjutkan hidup saya seperti yang saya inginkan. Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu untuk membayar semua perhatiannya, keringatnya, dan air mata untuk saya. Terima kasih banyak atas semua bantuannya, baik dari materi maupun moril. Skripsi ini saya persembahkan ke orangtua saya, sebagai bentuk penghargaan atas pengorbanan dan jerih payah orangtua saya sehingga saya bisa mencapai tujuan-tujuan saya dan bisa membahagiakan kalian.

2. Adik dan Kakak tercinta

Mas Suhefi, mbak Lilik dan adikku Khanza, tidak ada waktu yang lebih berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu bersamamu. Meskipun saat kita dekat kita sering bertengkar, namun ketika kita jauh kita saling merindukan. Terima kasih banyak atas bantuan dan dukungan, saya percaya awal dari kesuksesan saya dapat membanggakan kalian.

3. Dosen Pembimbing

Ibu Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.A.B sebagai dosen terbaik, terima kasih telah menjadi orang tua kedua saya di kampus. Terima kasih banyak bantuan, nasihat, serta informasi yang telah diberikan kepada saya dengan tulus, ikhlas dan sungguh-sungguh.

4. Sahabat dan semua sahabat yang saya sayangi

Ira, Uut, Vira, Syahda, Haya, Suci tanpa kalian mungkin hari-hari perkuliahan akan biasa saja, mohon maaf jika ada banyak kesalahan dengan ungkapan penyesalan yang tersirat. Terima kasih banyak atas bantuannya yang sangat besar, dengan tujuan saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik. Semua teman saya di fakultas ekonomi jurusan manajemen angkatan 2017 terima kasih banyak untuk untuk tawa yang kita miliki setiap hari, dan solidaritas yang luar biasa. Semoga 4 tahun ini menjadi berarti. Semoga menit-menit menyenangkan itu tetap menjadikan pengalaman yang paling baik.

MOTTO

Raih Kesuksesan Dunia dan Akhirat

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah Nya penelitian ini dapat diselesaikan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa JNE Di Sidoarjo (Study Pada Pelanggan JNE Di Sidoarjo)”.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa ada bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.A.B selaku dosen pembimbing skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu Suniya dan bapak Kemat selaku kedua orang tua saya yang saya sayangi senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril serta spiritual.

7. Diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat tenaga yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk hampir menyerah, terimakasih karena sudah mau untuk tetap kuat.
8. Mas Suhefi selaku saudara kandung, mbak Lilik selaku kakak ipar, dan adik Khanza selaku ponaan beserta seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan do'a serta dukungan secara moril serta spiritual.
9. Afif, Fery, Lita, Mida, Ayu, Indana, Viet, Fifi selaku teman-teman yang ada di Sidoarjo yang selalu memberi bantuan dan semangat saat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman jurusan manajemen fakultas ekonomi angkatan 2017 sudah memberikan semangat dan dukungan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
11. Semua responden JNE di Kota Sidoarjo yang telah mengisi link kuesioner tanpa paksaan dan sangat membantu saat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
12. Beserta semua pihak sudah terlibat langsung ataupun tak langsung tidak bisa disebutkan dengan satu-persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat baik untuk semua pihak. Aamiin ya Robbal Alamin....

Malang, 12 Juni 2021



Penulis

1.4.2	Manfaat Praktis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA		17
2.1	Kajian Empiris	17
2.1.1	Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
2.2	Kajian Teori.....	19
2.2.1	Teori Pelayanan Jasa	19
2.2.2	Teori Kualitas Pelayanan	21
2.2.3	Teori Harga	27
2.2.4	Teori Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.5	Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	39
2.3	Kerangka Konseptual	40
2.4	Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Jenis Penelitian	46
3.2	Lokasi Penelitian	46
3.3	Populasi dan Sampel	46
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.5	Data dan Jenis Data	48

3.6	Tenik Pengumpulan Data	49
3.7	Definisi Operasional Variabel	52
3.8	Skala Pengukuran	57
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.10	Analisis Data	63
3.11	Uji Asumsi Klasik	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Hasil Penelitian	68
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	68
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif	99
4.1.3	Hasil Analisis Data.....	102
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	108
4.1.5	Hasil Regresi Linier Berganda	111
4.1.6	Uji Hipotesis	113
4.2	Pembahasan	116
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	116
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	117
BAB V PENUTUP		119
5.1	Kesimpulan	119
5.2	Saran	121

DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Top Brand Index Award Tahun 2015-2020	4
Tabel 1. 3 Daftar Agen JNE Surabaya-Sidoarjo	6
Tabel 1. 4 Tarif Harga JNE ke Berbagai Daerah	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Skala Likert	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 4. 1 Penonaktifan Service Oke Dalam Area Cabang Utama Surabaya	75
Tabel 4. 2 Daftar Titik Layanan Transfer Dana Western Union	78
Tabel 4. 3 Pilihan Ukuran Kemasan @BOX	81
Tabel 4. 4 Dimensi Locker	87
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	100
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Usia	101
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Profesi	101
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	103
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Uji Validitas Harga (X2)	104
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	105
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)	106
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Harga (X2)	107
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)	107
Tabel 4. 14 Sample Kolmogrov Uji Normalitas	109
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas	110

Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda	111
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Uji F	113
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Uji T.....	114
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Uji R Square	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen JNE Sidoarjo	9
Gambar 3. 1 Kurva uji T (Parsial)	59
Gambar 3. 2 Kurva Uji F (Simultan)	60
Gambar 4. 1 Jaringan JNE Freight	91
Gambar 4. 2 Histogram Uji Normalitas	108
Gambar 4. 3 Kurva Plot Uji Normalitas	108
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	133
Lampiran 1. 2 Form Penelitian.....	139
Lampiran 1. 3 Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan (X1).....	143
Lampiran 1. 4 Jawaban Kuesioner Harga (X2)	145
Lampiran 1. 5 Jawaban Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)	147
Lampiran 1. 6 Karakteristik Responden	151
Lampiran 1. 7 Biodata Peneliti	156
Lampiran 1. 8 Bukti Konsultasi.....	160
Lampiran 1. 9 Bukti Turnitin Skripsi.....	161
Lampiran 1. 10 Surat Keterangan Bebas Plagiarism	173

ABSTRAK

Siti Windianti. 2021, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa JNE Di Sidoarjo (Study Pada Pelanggan JNE Di Sidoarjo)”

Pembimbing : Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.A.B

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Bisnis Jasa JNE Sidoarjo. JNE adalah perusahaan didirikan tahun 1990 melayani masyarakat dalam urusan jasa tidak hanya dalam paket kecil beserta dokumen, tapi menambah kepada penanganan transportasi, logistik, dan distribusi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui variabel yang dominan terhadap kepuasan konsumen JNE di Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian dengan instrumen penelitian, analisis data statistik banyak angka mulai pengumpulan, pengolahan, hingga hasil mempunyai banyak angka. Adapun sumber data digunakan untuk dapatkan data yang akurat ialah dengan membagi kuesioner kepada semua pelanggan JNE di Sidoarjo yang menggunakan sampel 100 responden. Data akan dianalisa menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda digunakan per subjek dengan melihat kondisi di setiap sesi.

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, mendapatkan kesimpulan hasil penelitian menunjukkan Uji F secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hasil pengujian secara parsial (Uji T) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan ditemukan variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan dalam kepuasan konsumen yaitu variabel kualitas pelayanan.

ABSTRACT

Siti Windianti. 2021, *THESIS*. Title: “*The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction in JNE Service Business in Sidoarjo (Study of JNE Customers in Sidoarjo)*”

Advisor : Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.A.B

Keywords : *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*

This research focuses on the Influence of Service Quality and Price on Consumer Satisfaction in the JNE Sidoarjo Service Business. JNE is a company founded in 1990 serving the community in terms of services not only in small packages and documents, but also in handling transportation, logistics, and distribution. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on consumer satisfaction and to determine the dominant variables on consumer satisfaction JNE in Sidoarjo.

This study uses quantitative research methods as research methods with research instruments, statistical data analysis with many numbers starting from collection, processing, until the results have many numbers. The data source used to obtain accurate data is by distributing questionnaires to all JNE customers in Sidoarjo using a sample of 100 respondents. The data will be analyzed using descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis is used per subject by looking at the conditions in each session.

Based on the data analysis carried out, it was concluded that the results of the study showed that the F-test together with service quality and price had a significant effect on customer satisfaction and the partial test results (T-test) showed that service quality had a significant effect on customer satisfaction, while the most dominant variable was found. has a significant effect on customer satisfaction, namely the service quality variable.

املستخلص

سيقي وينديانتي. 2021 ، أطروحة. العنوان: "تأثير جودة الخدمة والسعر على رضا العملاء في أعمال خدمات JNE في سيدوارجو"
(في سيدوارجو JNE دراسة حالة لعملاء)

املشرف : ليلة فريدة

الكلمات الرئيسية : جودة الخدمة ، السعر ، رضا العملاء

يركز هذا البحث على تأثير جودة الخدمة والسعر على رضا العملاء في JNE في سيدوارجو. شركة JNE هي شركة تأسست عام 1990 لخدمة الجمهور في أمور الخدمة ، ليس فقط لتغطية الطرود الصغيرة والمستندات ، ولكن أيضاً في التعامل مع النقل والخدمات اللوجستية والتوزيع. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير جودة الخدمة والسعر على رضا العملاء وتحديد المتغير الأكثر انتشاراً على رضا العملاء في JNE في سيدوارجو.

يستخدم هذا البحث طرق البحث الكمية التي يمكن تفسيرها على أنها طريقة بحث يستخدم فيها جمع البيانات أدوات البحث ، ويحتوي تحليل البيانات الإحصائية على العديد من الأرقام التي تتراوح بين التجميع والمعالجة والنتائج التي تهيمن عليها الأرقام. مصدر البيانات المستخدم للحصول على بيانات دقيقة هو من خلال توزيع الاستبيانات على جميع عملاء JNE في سيدوارجو باستخدام عينة من 100 مستجيب. سيتم تحليل البيانات باستخدام التحليل الإحصائي الوصفي وسيتم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد لكل موضوع من خلال النظر في الظروف في كل جلسة.

بناءً على تحليل البيانات الذي تم إجراؤه ، استنتج أن نتائج الدراسة تظهر أن اختبار F test معاً وجودة الخدمة والسعر لهما تأثير كبير على رضا العملاء وأن نتائج الاختبار الجزئي (T test) جودة الخدمة لها تأثير تأثير كبير على رضا العملاء ، بينما وجدت المتغيرات أن التأثير الأكثر أهمية على رضا العملاء هو متغير جودة الخدمة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan ialah sesuatu yang harus akan dikerjakan baik-sebaiknya. Kualitas adalah suatu peristiwa yang mempengaruhi dengan product, jasa, manusia, proses serta wilayah dengan memenuhi ataupun lebih harapan konsumen (Tjiptono, 2001). Jadi kualitas pelayanan adalah usaha pemuasan keinginan serta kemauan konsumen dan kecepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Harga menurut Kotler dan Armstrong merupakan jumlah uang yang dibebankan oleh jasa, ataupun jumlah dari nilai saat ditukarkan ke pelanggan. Harga adalah hukurn moneter yang dapat ditukarkan untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau pemakaian layanan jasa atas manfaat karena telah menggunakan jasa itu (Kotler, 2001: 439).

Seperti yang ditunjukkan oleh Tjiptono, kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan individu setelah melihat hasil yang dia rasakan dibanding dengan asumsi. Kepuasan konsumen adalah tempat di mana pilihan yang dipilih pada dasarnya memberikan hasil yang sama atau melampaui asumsi pembeli, sedangkan kekecewaan akan muncul karena hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan asumsi yang diinginkan pembeli (Tjiptono, 2001: 1).

Menawarkan pelayanan terbaik kepada pelanggan akan menjadi bagian dari pencapaian suatu perusahaan. Perusahaan yang secara efektif memasarkan barang/jasa mereka kepada pembeli dengan baik akan mendapatkan merek yang bagus di mata konsumen sendiri. Pelayanan yang dimaksud meliputi melayani saat menawarkan barang/jasa, pelayanan saat menawarkan jasa, pelayanan atas resiko terjadi saat menawarkan jasa dan lainnya (Assauri, 2015: 214).

Semua pengiklan tidak hanya dituntut untuk memberikan barang-barang berkualitas tetapi juga layanan berkualitas yang dapat bersaing di pasar sehingga layanan yang disediakan sesuai dengan apa yang diharapkan pembeli. Yang dimaksud dengan jasa adalah segala kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun (Kotler, 1997: 83).

Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan berpengaruh besar pada kepuasan pelanggan, jadi JNE harus tetap ditingkatkan kualitas pelayanan saat mengejakan tugas serta tanggung jawab saat memberi serta memperbaiki tingkat pelayanan ke konsumen. Perusahaan ditentukan pada keahlian perusahaan itu sendiri untuk memberikan pelayanan yang memuaskan ke para pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan terlihat sebagai pemenang persaingan tapi bisa dengan sebaliknya, itu bisa menghancurkan perusahaannya dalam perDunia bisnis yang semakin kompleks. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) ialah perusahaan didirikan tahun 1990. JNE memberikan pelayanan ke penduduk dengan jasa kepabeanan pada import kiriman melalui pergudangan *'Rush*

Handling'. Perkembangan gaya masyarakat membuat minat terhadap pengiriman barang impor yang terus berkembang. Dalam paket kecil, dokumen, namun juga dalam mengurus transportasi, logistik, dan pendistribusian. Peluang yang berkembang ini mendorong JNE untuk terus mengembangkan perusahaan ke seluruh wilayah perkotaan yang besar di Indonesia. Saat ini, JNE telah menjangkau lebih dari 6.000 wilayah yang masih berkembang, jumlah perwakilan lebih dari 40.000 orang. Untuk lebih dari 150 area JNE, mereka telah terhubung dengan kerangka kerja online, diperiksa oleh sistem dan akses situs untuk pembeli dengan efektif dan efisien untuk mengetahui status pengiriman paket/ dokumen terbaru. JNE fokus pada SDM dan inovasi sebagai salah satu komponen dari perbaikan JNE itu sendiri. Dari mesin X-Ray, GPS, hingga perangkat khusus satelit. Keandalan dan tanggung jawab JNE telah dibuktikan dengan meraih berbagai penghargaan dan penegasan ISO 9001:2008 untuk manajemen mutu. (Sumber: <https://www.jne.co.id/id/perusahaan/profil-perusahaan>)

Salah satu fenomena Perusahaan JNE harus mampu menyediakan layanan dan harga sesuai kualitas yang diharapkan pelanggan jadi mampu menghadapi persaingan bersama perusahaan jasa lainnya adalah TIKI, Pos Indonesia, dan lain-lain. Minat terbuka yang tinggi untuk jasa pengiriman saat ini mengembangkan persaingan dalam perusahaan komparatif, jadi perusahaan ekspedisi bersaing untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka kepada klien mereka dengan biaya yang murah. Banyak perusahaan di bidang pengiriman produk muncul cara lain bagi pembeli untuk merasakan kepuasan mereka sendiri dengan jasa yang diberikan oleh perusahaan jasa. Hal tersebut membuat perusahaan jasa pengiriman bekerja

ditingkatkan kualitas pelayanan, harga bersaing, dan target kenaikan, salah satunya adalah JNE. Tahun 2015 JNE mampu mengirimkan barang rata-rata 9.000.000 paket perbulannya beserta dukungannya 16.000 karyawan di 5.000 titik perwakilan. JNE menjadikan jasa kurir logistik terbesar di Indonesia. Tahun 2021 JNE mempersiapkan Rp 300.000.000.000 untuk memperbesar jumlah kiriman sampai 4 kalilipat. Setelah membukukan pendapatan Rp 2,5 trilliun tahun lalu pada tahun 2014, target pendapatan tahun ini akan dipatok di angka Rp 3,9 trilliun. Setelah itu ada rencana go public pertengahan tahun depan (sumber: <https://majalah.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/147642/musim-panen-jasa-kurir>).

Berikutnya adalah informasi *top brand indexes* pengiriman JNE yang terbaik di Indonesia tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020.

Tabel 1. 1 Top Brand Index Award Tahun 2015-2020

TOP BRAND INDEX FASE 2 2015			TOP BRAND INDEX FASE 2 2016		
JASA KURIR			JASA KURIR		
BRAND	TBI 2015		BRAND	TBI 2016	
JNE	43.5%	TOP	JNE	47.6%	TOP
Tiki	36.2%	TOP	Tiki	35.7%	TOP
Pos Indonesia	6.7%		Pos Indonesia	9.6%	
DHL	2.1%		DHL	1.3%	
TOP BRAND INDEX FASE 2 2017			TOP BRAND INDEX FASE 2 2018		
JASA KURIR			JASA KURIR		
BRAND	TBI		BRAND	TBI	
JNE	49.4%	TOP	JNE	45.0%	TOP
Tiki	34.7%	TOP	J&T	13.9%	TOP
Pos Indonesia	8.4%		Tiki	13.6%	TOP
DHL	1.3%		Pos Indonesia	11.6%	
			DHL	3.5%	
TOP BRAND INDEX FASE 2 2019			TOP BRAND INDEX FASE 2 2020		
JASA KURIR			JASA KURIR		
BRAND	TBI 2019		BRAND	TBI 2020	
JNE	26.4%	TOP	JNE	27.3%	TOP
J&T	20.3%	TOP	J&T	21.3%	TOP
Tiki	12.6%	TOP	Tiki	10.8%	TOP
Pos Indonesia	5.4%		Pos Indonesia	7.7%	
DHL	3.8%		DHL	4.1%	

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=jne

Berdasarkan tabel tentang jasa pengiriman tahun 2017 Tiki ada di peringkat teratas pada Top Brand Index senilai 49.4%. Di peringkat 2 Tiki sebesar 34.7%. Di peringkat 3 Pos Indonesia dengan presentase 8.4%. Yang terakhir DHL di peringkat 4 presentase 1.3%. Sedangkan pada tabel index tahun 2020, JNE menempati posisi pertama dengan level 27,3% tidak sama dengan yang berada di posisi 2 oleh J&T presentase 21.3%, peringkat 3 oleh Tiki presentase 10.8%, terakhir DHL tetap pada peringkat 4 presentase 4.1%. Seperti di tabel menunjukkan J&T tahun 2020 peringkat 2 presentase tidak jauh dengan JNE sebagai peringkat pertama. Tahun 2017 JNE peringkat pertama dan disusul oleh Tiki di peringkat 2.

Presiden Direktur JNE Mohammad Feriadi mengatakan dengan pemakaian jasa pengiriman barang dan logistik tidak terjadi penurunan. Bisnis tetap tumbuh sampai 10-15 % dibandingkan bulan lalu. Pada pandemi saat ini, jika dibandingkan pada tahun 2019, pertumbuhan JNE hingga 25%. Meskipun saat awal pandemi mengalami banyak hambatan(sumber: <https://radarsidoarjo.jawapos.com/ekonomi-bisnis/17/12/2020/bisnis-jne-tetap-tumbuh-15-persen/>).

JNE didirikan pada tahun 1990 di Jakarta. Perusahaan yang memiliki 73 cabang dan 87 perwakilan ini telah tersebar di berbagai perkotaan yang besar. Kemudian, agen JNE di seluruh Indonesia dengan jumlah 4.500 agen. Di Sidoarjo, JNE memiliki agen yang tersebar di seluruh daerah. Agen JNE yang tersebar di Sidoarjo merapat di 50 cabang agen (informasi survey). Salah satu perusahaan ekspedisi terbesar di Indonesia JNE telah membuka banyak kantor cabang dengan jumlah 4.500 agen di Indonesia. Salah satunya terletak di kantor cabang utama JNE

di Surabaya dan Sidoarjo terletak di Juanda Surabaya. Berikut adalah daftar tempat kantor perwakilan JNE dan tempat kerja cabang di Surabaya-Sidoarjo.

Tabel 1. 2 Daftar Agen JNE Surabaya-Sidoarjo

Kantor Perwakilan JNE Surabaya	
1	Jl. Diponegoro No. 116 Wonokromo Darmo Surabaya 60241
2	Ruko Megah Rajawali Jl. Rajawali No 49 G Surabaya Krembangan Krembangan Selatan 60175
3	Jl. Demak No. 51 Surabaya Asemrowo Asemrowo 60182
4	Jl. Karimun Jawa No 25-27 Kav 1-2 Surabaya Gubeng Gubeng 60281
Kantor Agen JNE Surabaya	
1	Jl. Ahmad Yani 510 D Kiaracondong Babakan Surabaya 40282
2	Jl. Babakan Sari No 71 D Kiaracondong Babakan Surabaya 40282
3	Jl. Sukalaksana No. 13 Kiaracondong Babakan Surabaya 40282
4	Jl. Taman Rekreasi Kayon Stand 15 Genteng Embong Kaliasin 60271
5	Jl. Mojopahit No.87 Sda Sidoarjo Bulusidokare 61234
6	Jl. Raya Kenjeran No. 304 Surabaya Tambaksari Gading 60134
7	Jl. Perak Timur No. 164 Surabaya Pabean Cantikan Perak Timur 60164
8	Jl. Raya Taman Int'l Village B1 No.19 Lakarsantri Lontar 60216
9	Jl. Peneleh Ix No. 14-16 Surabaya Genteng Peneleh 60274
10	Jl. Kalirungkut No.61 Surabaya Rungkut Kalirungkut 60293
11	Jl. Taman Pondok Indah Bb-Ix No.18-20 Wiyung Wiyung 60228
12	Jl. Pucang Jajar No.51 Surabaya Gubeng Kertajaya 60282
13	Jl. Ngagel Tama No. 9 Surabaya Gubeng Pucang Sewu 60283
14	Jl. Jakarta Timur No. 5 Perak Pabean Cantikan Perak Utara 60165
15	Jl. Ketintang No.20 Surabaya Gayungan Ketintang 60231
16	Jl. Raya Dukuh Kupang Barat No. 11 Dukuh Pakis Dukuh Kupang 60225
17	Jl. Kalimas Hilir I No. 9 Pabean Cantikan Nyamplungan 60162
18	Jl. Dr. Cipto Mangun Kusumo No.5 Sda Sidoarjo Magersari 61212
19	Jl. Pati Unus No. 50 Ujung Semampir Ujung 60155
20	Jl. Raya Geluran No. 51 Sda Taman Geluran 61257
21	Jl Pondok Jati B No. 4 Sidoarjo Sidoarjo Jati 61226
22	Jl. Mastrip Bagangin Kedurus No.35 Karangpilang Kedurus 60223
23	Jl. Darmo Permai Selatan X No.43 Dukuh Pakis Pradah Kali Kendal 60226
24	Jl. Kutsari Utara No.11a Surabaya Tenggiling Mejoyo Kutsari 60291
25	Jl. Pagesangan Ii No.15 Surabaya Jambangan Pagesangan 60233
26	Jl. A.Yani No. 36b Surabaya Wonokromo Wonokromo 60243
27	Jl. Kol. Moh.Wahab Siamin Rc-28, Sby
28	Jl. Karang Menjangan No.145 Gubeng Mojo 60285
29	Jl.Jemur Handayani No.50 Blok F6-7 Wonocolo Jemur Wonosari 60237
30	Jl. Menur Pumpungan 12 B Sukolilo Menur Pumpungan 60118
31	Jl. Hr Muhamad No. 163
32	Jl. Raya Suko No.56 C Sda Sidoarjo Suko 61224
33	Jl. Bentoel I Stand 15 Wonocolo Bendul Merisi 60239
34	Jl. Klampis Harapan G-177a Sukolilo Klampis Ngasem 60117
35	Jl. Baratajaya Xix No. 57b Gubeng Baratajaya 60284
36	Jl. Raya Menganti Lidah Wetan 18 Lakarsantri Lidah Wetan 60213
37	Jl. Dharmahusada 121-E Gubeng Mojo 60285
38	Jl. Jaksa Agung Suprpto No.47.Sby
39	Apartement Water Place B-20.Sby
40	Jl Durian I No 82b,Pondok Chandra Waru Wadungasri 61256
41	Jl. Kenjeran No. 103, Surabaya Simokerto Tambakrejo 60142
42	Jl. Kedung Cowek No.47 Bulak Bulak 60124
43	Jl. Raya Greges,Stand Pasar Blok C,Sby Sawahan Putat Jaya 60255
44	Jl. A.Yani No.19,Jlraya Gedangan,Sda Gedangan Gedangan 61254
45	Jl. Jagir Wonokromo No.120 Wonokromo Jagir 60244
46	Jl. Kendal Sari Slt Pondok Citra Executive R.10.Sby
47	Jl. Pumpungan 2 No.23a Surabaya
48	Jl. Jemursari No.88 Surabaya Wonocolo Jemur Wonosari 60237
49	Jl. Raya Waru No.30a Sidoarjo Waru Waru 61256
50	Jl. Keputih Tegal No. 1 (Samping Sd 26) Sukolilo Keputih 60111

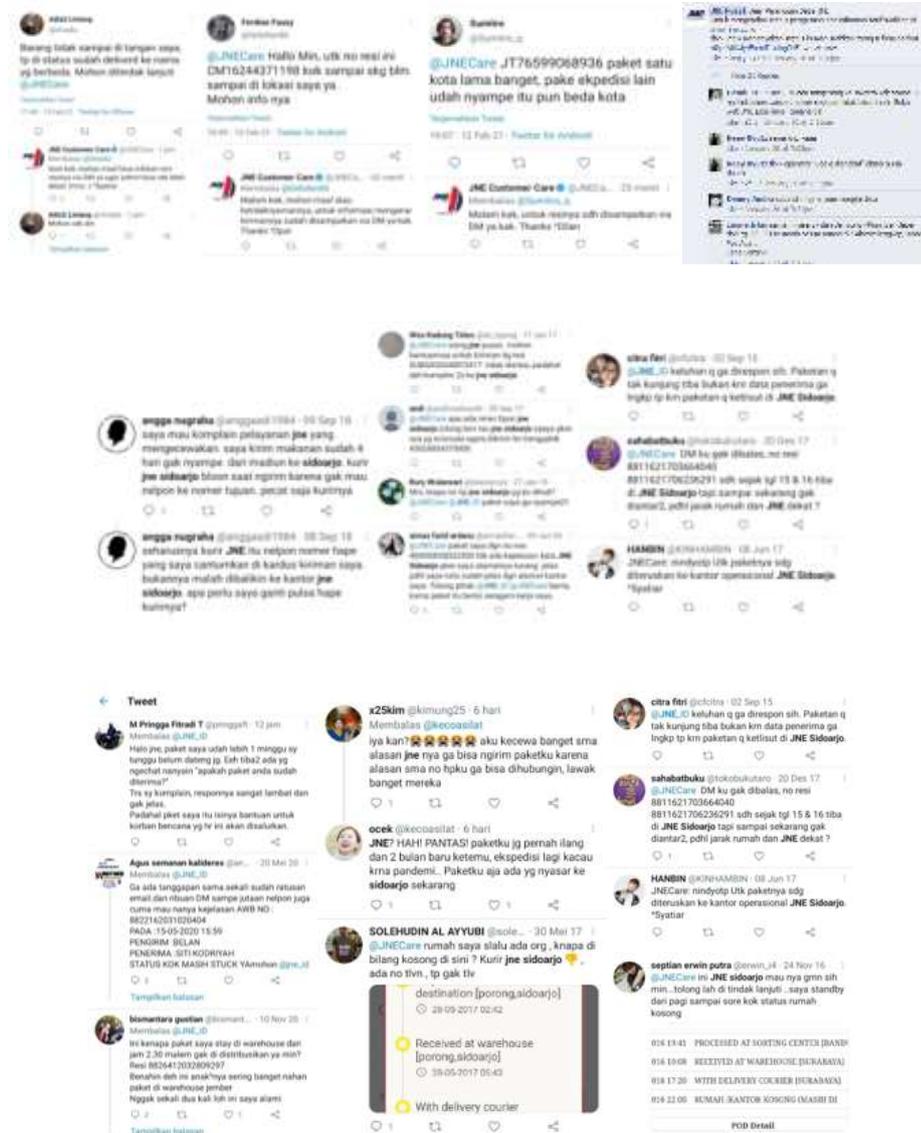
sumber: <https://juandaairport.com/alamat-kantor-cabang-jne-di-bandara-juanda-surabaya.html>

Dengan banyaknya agen akan mempermudah perusahaan dalam menjangkau konsumennya dengan memberikan pelayanan jasa. Untuk melihat apakah JNE saat ini memiliki kualitas pelayanan yang baik di tabel top brand dan tabel untuk kantor perwakilan dan tempat kerja agen JNE di Surabaya-Sidoarjo, maka peneliti memilih JNE yang berada pada Sidoarjo. Agen JNE di Sidoarjo sangat strategis, karenanya di wilayah ini mempunyai banyak Home Industri, toko dan kantor. Agen JNE mempunyai kompetitor dengan jaraknya dekatan antaranya Tiki, Wahana, serta Pos Indonesia. Jadi agen JNE di Sidoarjo harus melakukan pelayanan lebih baik lagi untuk bersaing dengan pesaing yang berbeda. Masalah ini untuk memudahkan pelanggannya termasuk di Sidoarjo. Masyarakat dapat menemukan lokasinya sehingga lebih mudah untuk melakukan pengantaran paket dengan mengunjungi cabang atau pusat, anda dapat melakukan kirim paket, penjemputan, pengaduan, cek biaya dan cek resi. Dalam hal ini JNE di Sidoarjo berusaha menunjukkan kualitas pelayanan demi memuaskan pelanggannya. Memperluas jenis dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada publik yang diandalkan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dalam jangka panjang sehingga dapat membangun jumlah omset yang berguna dalam upayanya untuk memperluas daya daing perusahaan. JNE melayani pengiriman barang dagangan dan dokumen tujuan dalam negeri melalui > 1.500 titik pelayanan eksklusif, mulai titik penjemputan sampai dengan pengantaran yang menyebar di Indonesia. Pelayanan modal transportasi paling cepat bersedia melayani berbagai macam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggannya. JNE memberikan pelayanan diantaranya COD *Retail*, *Super Speed*, PESONA/ Pesanan Oleh- oleh

Nusantara, Yakin Esok Sampai, Reguler, Ongkos Kirim Ekonomis, JNE *Loyalty Card*, Jesika, *Money Remittance*, *Pick-Up Point*, @box, *Diplomat*, JNE *Online Payment*, JNE *Online Booking*, JNE *Trucking*, *International Service*, My JNE, *Pop Box*, JNE *Logistic*, JNE *Freight* (Sumber: <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express>).

Beragam jenis pelayanan ekspedisi diberikan untuk menarik minat konsumen dalam hal jasa pengiriman, baik di lingkup kota bahkan antar Negara. Hal tersebut dianggap menjadi patokan perusahaan untuk peningkatan kualitas pelayanan hingga perusahaan menjadi pilihan utama konsumen dalam pemilihan jasa ekspedisi. Memberikan kepuasan kepada klien untuk memenuhi kebutuhannya, keinginan, dan harapan mereka adalah bagian utama dalam perusahaan saat menghadapi berbagai jenis persaingan. Salah satunya untuk memperhatikann pangsa pasar adalah dengan mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Keamanan serta kesejahteraan akan menjadikan faktor untuk mendapatkan pelanggan. Perusahaan dapat berhasil jika mereka mendapatkan banyak klien, dan dapat dinilai memberikan kepuasan mereka sendiri kepada pembeli. Pelanggan terpenuhi dan pembeli yang setia akan menyarakannya dengan dari mulut ke mulut. Tetapi ini berlaku bagi JNE di Sidoarjo yang ditemukan keluhan dibicarakan oleh konsumen JNE melalui *twitter @JNEcare*, *Fanpage FB JNE*, *Direct Message/ Inbox Twitter*, & *FB JNE*.

Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen JNE Sidoarjo



Sumber: keluhan konsumen JNE melalui twitter @JNEcare, Fanpage FB JNE, Direct Message/ Inbox Twitter, & FB JNE

Keluhan normal tentang barang dagangan, paket, dan pengiriman produk, sebagian besar perusahaan pengiriman dan pengangkutan terkenal di Indonesia berusaha untuk menjaga barang pembeli tetap aman dan mengirimkannya sesuai jadwal. Namun, banyaknya volume yang dikirim secara tiap hari dilengkapi dengan kejadian yang tidak terduga, misalnya,

cuaca dapat membuat kesalahan terjadi. Hal-hal tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor, pengiriman produk dapat mengalami masalah dalam perjalanan dan hal-hal mengejutkan lainnya. Sebenarnya hal ini dapat dihindarkan dengan menjaga dan mengharapkan dengan rute terbaik, asuransi, dan menjaga komunikasi dengan armada ahli yang bertugas di lapangan. (sumber: <https://www.deliveree.com/id/saran-customer-komplain-jne-jt-wahana-tiki/>).

Dalam kasus kerugian produk yang dialami oleh pembeli, keputusan hukum yang digunakan untuk menentukan masalah ketika barang dagangan dirugikan adalah dengan cara yang tenang sesuai Pasal 1851 ayat (1) KUHPerdara. Atau sebaliknya jika ada kecerobohan yang ditimbulkan oleh perusahaan, pasal yang dapat dimanfaatkan untuk mengamankan pembeli adalah pasal 8 ayat 1 tentang membayar dalam SSP atas kecerobohan yang diajukan oleh pegawai PT JNE (Mamuaya & Suradi, 2015:9).

Pelayanan yang berkualitas akan berpengaruh ke tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Ada pelayanan baik, konsumen pasti akan dihargai keberadaannya, rasa puas serta kepuasan itu akan terbawa konsumen untuk mengunjungi lagi. Harga merupakan sejumlah uang untuk mendapatkan atas jasa dengan jumlah bermacam-macam dari pelayanannya. Di Islam harga harus tercerminkan manfaat ke pembeli dan penjualnya dengan sama, adalah penjual mendapatkan untung yang normal kemudian pembeli mendapatkan manfaat sama harga yang

dibayarkan. Harga berpengaruh ke konsumen mengambil sebuah keputusan dalam melakukan pembelian layanan jasa tersebut sehingga memiliki kepuasan tersendiri. Berikut tarif harga JNE ke berbagai daerah:

Tabel 1. 3 Tarif Harga JNE ke Berbagai Daerah

Pengiriman JNE	Berat Paket	Harga/ Biaya Paket JNE	Keterangan
Jakarta-Bandung	1 kg	Rp 10.000 - Rp 40.300	Dokumen/ paket
		Rp 30.000- Rp 1.200.000	Kendaraan motor
Jakarta-Surabaya	1 kg	Rp 17.000 - Rp 483.000	Dokumen/ paket
		Rp 50.000 - Rp 1.900.000	Kendaraan motor
Jakarta-Medan	1 kg	Rp 37.000 - Rp 564.000	Dokumen/ paket
		Rp 75.000 - Rp 2.200.000	Kendaraan motor
Jakarta-Semarang	1 kg	Rp 16.000 - Rp 443.000	Dokumen/ paket
		Rp 40.000 - Rp 1.500.000	Kendaraan motor
Jakarta-Bali	1 kg	Rp 24.000 - Rp 483.000	Dokumen/ paket
		Rp 70.000 - Rp 2.500.000	Kendaraan motor
Luar Negeri	1 - 50 kg	Rp200.000	Packing
	50 - 100 kg	Rp500.000	Packing
	100 - 150 kg	Rp700.000	Packing
	Lebih 150 kg	Biaya khusus	-
	Tarif JNE lain	-	Fumigasi perkiriman

sumber: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4837859/tarif-jne-cara-cek-ongkir-di-dalam-dan-ke-luar-negeri>

Dari tabel di atas menggambarkan pengiriman paket di berbagai tempat yang dirangkum detik.com. Pertama, pengiriman dari Jakarta-Bandung dengan ongkos kirim JNE mulai dari Rp. 10.000 sampai Rp. 40.300 untuk setiap 1 kg sebagai dokumen/ paket. Untuk saat ini, paket sepeda motor mulai dari Rp 30.000 hingga Rp 1.200.000. Dua pengiriman dari Jakarta-Surabaya menelan biaya Rp. 17.000 menjadi Rp. 483.000 untuk setiap 1 kg. Untuk sementara, ongkos kirim JNE untuk kendaraan bermotor adalah Rp 50.000 sampai Rp 1.900.000. Ongkos kirim JNE Jakarta-Medan mulai dari Rp. 37.000 menjadi Rp. 564.000 untuk setiap 1 kg. Sedangkan ongkos kirim untuk sepeda adalah Rp. 75.000 hingga 2.200.000. Selanjutnya pengiriman dari Jakarta ke Semarang, biaya

pengiriman mulai dari Rp. 16.000 sampai Rp. 443.000 untuk setiap 1 kg. Apalagi biaya pengiriman JNE, khususnya sepeda motor, sebesar Rp. 40.000 menjadi Rp. 1.500.000 bergantung pada jenisnya. Pengiriman dari Jakarta ke Bali mulai dari Rp. 24.000 sampai Rp. 483.000 untuk setiap 1 kg. Kemudian, pada saat itu, sepeda motor mulai dari Rp 70.000 hingga Rp 2.500.000. Kesimpulannya, mengangkut JNE dari luar negeri mulai dari Rp. 200.000, berat 1 sampai 50 kg untuk biaya paking. Berat 50 sd 100 kg dikenakan biaya Rp. 500.000, dan Rp. 700.000 untuk barang dagangan dengan estimasi 100-150 kg. Sementara itu, untuk barang-barang di atas 150 kg, pengeluaran khusus ada tambahan biaya pengiriman JNE sebesar Rp 650.000 untuk biaya fumigasi untuk setiap pengiriman produk.

Yang harus diperhatikan oleh PT JNE untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, harga salah satu faktor yang berpengaruh ke kepuasan pelanggan. Harga merupakan jumlah uang yang ditukarkan konsumen yang nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli, ditetapkan oleh penjual untuk 1 biaya yang sama untuk semua pembeli. Biaya menentukan Kepuasan konsumen dalam menggunakan pelayanan jasa, sesuai dengan biaya yang ditetapkan PT JNE berhubungan pada tingkat pendapatan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, praktik saingan dan perubahan keinginan pasar. Harga menjadikan indikator kualitas dimana

jasa memiliki kualitas tinggi dipatok harga tinggi juga. Harga berpengaruh ke pelanggan saat ambil keputusan pembelian jasa (Setriani, 2018;7).

Kepuasan konsumen pada saat menggunakan jasa atau pelayanan dipengaruhi oleh harga. Daya tarik jasa tidak bisa dilepaskan oleh harga seperti uang, waktu, aktivitas kognitif, upaya perilaku, nilai serta penetapan harga. Karena harga sering digunakan sebagai indikator nilai, harga berhubungan dengan manfaat yang dirasakan oleh jasa. Harga yaitu jumlah uang untuk alat tukar dalam memperoleh jasa. Harga ialah uang ditagihkan untuk suatu jasa tersebut, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat menggunakan jasa tersebut. Ada 2 faktor utama berpengaruh ke kualitas pelayanan adalah pelayanan diharapkan dan pelayanan yang tak diharapkan. Baik atau tidak kualitas pelayanan tergantung kemampuan pada perusahaan saat memenuhi harapan konsumen. Harga merupakan sejumlah uang untuk mendapatkan suatu jasa dengan jumlah bervariasi dari pelayanannya. Di Islam harga mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara sama, ialah penjual mendapatkan keuntungan yang normal, pembeli mendapatkan manfaat yang rata dengan harga yang dibayarkan (Lestari, 2015;9).

Terkait dengan judul subbab di atas, Allah berfirman di Alqur'an Surah Al-Baqarah: 267 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَحْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

“Hai orang yang beriman nafkahkanlah di jalan Allah sebagian dari hasil usahamu yang baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi ini untukmu dan janganlah kamu memilih yang buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau untuk mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (QS.Al-Baqarah (2): 267). Ayat di atas menjelaskan bahwa Islam sangat memperhatikan pelayanan yang berkualitas, memberikan pelayanan yang terbaik bukan memberikan pelayanan buruk. (Cordova, 2017:52-53)

Ditemukannya ketidakkonsistenan hasil penelitian terhadap topik ini. Beberapa hasil penelitian menyatakan ada hubungan positif dan signifikan (Hanna & Endang ,2017; Wahyuni, Dwi, 2018; Novia & Sutrisna, 2017; Nisa' et al, 2020). Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zaenudin, Udin, 2020; Sudaryana, Yayan, 2020; Kuswaraningtyas, Herwinda Lucky, 2017; Suva, Alvala, 2017; Nusa, Andhika Pandu, 2017) ditemukan tidak memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan, kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kualitas pelayanan yaitu mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, Responsiveness berpengaruh negatif tetapi konsumen tetap menggunakan pelayanan jasa tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini untuk menguji lebih lanjut karena belum ada hasil yang konsisten. Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian memunculkan celah untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

Dari penjelasan diatas berdasarkan beberapa teori dan fakta empiris yang telah diuraikan, menyimpulkan harga dan kualitas pelayanan, mempengaruhi pengambilan keputusan saat menggunakan jasa logistik. Karena itu penulis tertarik melakukannya penelitian ini akan dikembangkan ke bentuk penelitian menjelaskan tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa JNE di Sidoarjo”

1.2 Rumusan Masalah

Kualitas layanan dan harga di perusahaan jasa sangat penting saat memuaskan pelanggan. Tetapi di PT JNE Sidoarjo masih ditemukan keluhan dilontarkan oleh konsumennya berkaitan dengan layanan yang diberikan sedangkan untuk harga sendiri tidak ada yang komplain dikarenakan dari pusat. Permasalahan kepuasan konsumen akan muncul jika salah satu faktor tidak terpenuhi. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan khususnya sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE di Sidoarjo?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT. JNE di Sidoarjo?
3. Variabel apa yang paling dominan berpengaruh kualitas pelayanan dan harga pada kepuasan konsumen di PT. JNE di Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari definisi masalah tersebut, bahwa tujuan dari penelitian ini adalah::

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE di Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE di Sidoarjo
3. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE di Sidoarjo

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian, keuntungan dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam sebuah manfaat dari kepuasan konsumen di dalam dunia bisnis untuk diterapkan kedepannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk digunakan sebagai salah satu pertimbangan mendasar dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan, terutama dalam kualitas pelayanan dan harga yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Empiris

Empiris adalah teknik yang dilakukan dengan panca indra manusia, sehingga orang lain benar-benar ingin memperhatikan dan menyadari strategi yang digunakan (Sugiyono (2018, 2). Jadi empiris merupakan kajian diperoleh dari observasi ataupun percobaan. Kajian empiris yaitu hasil penelitian terdahulu mengemukakan konsep relevan berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumen. Arti lain, kajian empiris sama artinya dengan hasil dari percobaan. Berikut beberapa penelitian dahulu menjadikan landasan dalam penelitian ini:

2.1.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Upaya analisis untuk menemukan penelitian dan kemudian menemukan motivasi baru dalam penelitian selanjutnya, penelitian sebelumnya membantu penelitian ditempatkan ke dalam penelitian yang menunjukkan inovasi penelitian. Peneliti menggabungkan hasil penelitian yang berbeda yang sebelumnya diidentifikasi dengan penelitian yang akan dilakukan, membuat ringkasan baik penelitian sudah terpublikasikan ataupun yang belum terpublikasikan diantaranya skripsi, tesis, dan lain sebagainya. Melakukan langkah berikut, akan dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan. Kajian yang mempunyai hubungan dengan kajian ini adalah berikut ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kuswaraningtyas, Herwinda Lucky, 2017	Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Produk (X1) Harga (X2) Kualitas Pelayanan (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis regresi linear berganda dan uji F	Hasil dari koefisien determinasi R (R Square) sebesar 0,213 atau (21,3%), ini berarti persentase pengaruh variabel Independen (Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Dependen (Kepuasan Konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Klaten) adalah 21,3% sedangkan sisanya 78,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil uji t, menunjukkan bahwa variabel Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE cabang Klaten. Sedangkan variabel Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE cabang Klaten.
2.	Suva, Alvola, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada CV TIKI Padang	kualitas pelayanan (X1) kepuasan (X2) kepercayaan (X3) Loyalitas konsumen (Y)		Hasil analisa data menunjukkan bahwa; (1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV TIKI Padang dengan koefisien jalur sebesar 0,324 dan thitung sebesar 2,042 serta signifikansi $(0,035) < \alpha (0,05)$; (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada CV TIKI Padang nilai koefisien jalur sebesar 1,015 dan nilai t hitung sebesar 13,713 serta signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$; (3) Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV TIKI Padang dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,426 dan nilai thitung 5,043 serta signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$; (4) Kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada CV TIKI Padang dengan koefisien jalur sebesar -0,061 dan nilai thitung 0,717 serta signifikansi $(0,455) > \alpha (0,05)$; (5)

					kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada CV TIKI Padang dengan koefisien jalur sebesar 0,253 dan nilai thitung 2,227 dan nilai signifikansi $(0,019) < \alpha (0,05)$; (6) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV TIKI Padang dengan koefisien jalur 0,916 dan nilai thitung 54,421 serta signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$.
3.	Hanna & Endang, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Pekanbaru	Kualitas Pelayanan (X1) Harga (X2) Kepuasan Pelanggan (Y)	analisis regresi linear berganda dan analisis regresi parsial	jumlah pelanggan yang mengalami fluktuasi di JNE Pekanbaru, dan dalam 4 tahun terakhir tidak tercapainya target hanya diperoleh pada tahun 2013. Dari hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru
4.	Andhika Pandu, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT JNE Cabang	Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Pelanggan (Y)		kualitas pelayanan yang diberikan secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan produk jasa tersebut. Hasil ini menggambarkan kepuasan pelanggan akan meningkat ketika kualitas pelayanan yang diberikan akan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.
5.	Syamsiah, 2018	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Supermarket Transmart Carrefour Di Kota Makassar	Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Harga (X3) Kepuasan Pelanggan (Y)		kualitas produk, kualitas pelayanan, harga berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk, sedangkan untuk kualitas pelayanan, harga berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Pelayanan Jasa

(Kotler, 2003: 83) pelayanan ialah kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tak berwujud dan tak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa adalah suatu kegiatan,

manfaat/ kepuasan tersedia untuk dibeli. Jasa adalah kegiatan yang berguna untuk pihak lain dalam memenuhi kebutuhan mereka. Sementara itu, pengertian jasa sebagaimana dimaksud oleh Kotler adalah *a service to any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*. Jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud, yang meliputi hubungan antara perusahaan jasa dan pembeli dan tidak ada pertukaran kepemilikan di antara keduanya.

Sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa jasa adalah kegiatan yang bersifat tak berwujud dimulai dari satu pihak kemudian ke pihak berikutnya, di mana terjadi interaksi antar pihak yang akan mempengaruhi pada hasil jasa yang mempengaruhi kepuasan pembeli. Bahwa pelayanan jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan pihak perusahaan ke konsumen dalam artian jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau digunakan.

a. Pelayanan Jasa Dalam Syari'ah Perspektif Islam

Berbisnis disertai keikhlasan hanya untuk mencari ridho Nya Allah, maka bentuk transaksinya insya Allah menjadikan nilai ibadah dihadapan Allah SWT. Adapun sifat membuat Nabi Muhammad berhasil saat berbisnis antara lain: Shiddiq (jujur) saat Nabi Muhammad adalah seorang pedagang dikenal sebagai

pemasar ketika menginformasikan barang-barangnya (Kartajaya & Syakir, 2006: 28).

- a) Amanah atau dapat diandalkan dipercaya ketika menjadi pedagang, Nabi Muhammad secara konsisten mengembalikan milik atasannya, baik berupa hasil penjualan atau sisa barang.
- b) Fathanah (cerdas) untuk keadaan ini seorang pemimpin yang dapat memahami, menghayati, dan mengenali kewajiban dan tugas tanggungjawab dengan baik secara keseluruhan.
- c) Tabligh (menyampaikan) jika seorang harus memiliki pilihan untuk menyampaikan kelebihan barang dengan cara yang menarik dan tepat tanpa meninggalkan keaslian dan kebenaran.

2.2.2 Teori Kualitas Pelayanan

Philip Kotler mencirikan kualitas sebagai keseluruhan atribut dan kualitas suatu barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan sepenuhnya oleh pelanggan, sesuai (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2009: 111) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Ada 5 komponen kualitas jasa, khususnya tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

1) Tangible (Bukti Fisik)

Adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Aspek ini meliputi kantor, peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi. Bukti nyata ini akan terlihat langsung oleh pembeli. Bukti fisik meliputi kantor, peralatan, dan bahan komunikasi perusahaan. Dengan cara ini, bukti fisik harus menarik dan kekinian.

Firman Allah SWT:

يُنَبِّئُ عَادَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُورِي سَوْءَ بَشَائِكُمْ وَرِبَشَاءِ لِبَاسٍ التَّقْوَى ذَلِكْ
خَيْرٌ ذَلِكْ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

“Hai anak Adam (Maksudnya Ialah: umat manusia), Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa (Maksudnya Ialah: selalu bertakwa kepada Allah) Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat”. (QS. Al-A’raaf ayat 26). (Cordova, 2017:53)

2) Realibility (Kehandalan)

Kemampuan perusahaan yang diandalkan untuk menawarkan jenis layanan yang dijamin sesuai serta terpercaya.

Aspek ini bisa memberi pelayanan yang dijanjikan dengan segera serta memuaskan. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan perusahaan jasa sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya. Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Firman Allah SWT:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: “Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (QS. An-Nahl Ayat 91) (Cordova, 2017:54)

3) Responsiveness (Daya Tanggap)

Adalah keinginan para pegawai untuk membantu klien dan menawarkan bantuan secara tanggap. Oleh karena itu, JNE pengurus memberikan inspirasi yang luar biasa dengan tujuan agar seluruh karyawan JNE mendukung pelaksanaan pelayanan kepada pembeli tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika inspirasi yang diberikan kepada pekerja akan memperoleh imbalan yang sesuai kemampuan mereka.

Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ءَأُفُوا بِالْعُقُودِ ؕ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ ٱلْأَنْعَامِ ءِإِلَّا مَا يُتْلَىٰ
عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ؕ إِنَّ ٱللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu Aqad (perjanjian) mencakup: janji prasetia hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya). Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukumhukum menurut yang dikehendaki-Nya”. (QS. Al- Maidah: 1) (Cordova, 2017:55)

4) Assurance (Jaminan)

Pembeli akan dilayani dengan baik oleh pekerja yang memiliki kemampuan cukup dan dapat memberikan keyakinan rasa nyaman dan aman. Ada jaminan bahwa pekerja memiliki informasi, kemampuan, kompetensi, dan sifat/perilaku yang dapat diandalkan, sehingga sangat membantu bagi pembeli untuk memastikan saat transaksi mereka membuat pilihan terbaik. Jaminan dalam perusahaan sebagai berikut: informasi,

kesopanan, sifatnya yang dapat dipercaya jadi pelanggan bebas dari resiko.

Firman Allah SWT:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”. (QS. Ali 'Imran Ayat 159) (Cordova, 2017:56)

5) Emphaty (sikap perhatian dari pegawai terhadap pelanggan)

Kepedulian individu yang diberikan perusahaan untuk kliennya konsumennya meliputi kemudahan koneksi,

komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan kliennya secara efektif.

Firman Allah SWT:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (QS. An-nahl: 90) (Cordova, 2017:57)

Menurut (Kotler, 2002:83) pelayanan adalah suatu tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya bersifat tak berwujud dan tidak membawa kepemilikan apapun. Jasanya mungkin terkait dengan jasa pelayanan. Pelayanan adalah perilaku JNE dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan konsumen. Menurut Kotler, pelayanan dapat terjadi selama, sebelumnya, kemudian setelah pertukaran. Pada umumnya, pelayanan dapat terjadi sebelum dan sesudah transaksi. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan arti, berbagai individu akan menguraikannya dengan cara yang tidak terduga, namun dari

beberapa definisi yang dapat kita temukan mereka memiliki beberapa kesamaan meskipun fakta bahwa hanya metode penyampaian yang biasanya terkandung dalam komponen-komponen berikut:

- 1) Kualitas mencakup upaya untuk memenuhi atau melampaui asumsi konsumen.
- 2) Kualitas mencakup jasa, individu, tindakan, dan iklim
- 3) Kualitas adalah kondisi yang selalu berubah

Dari definisi yang berbeda di atas mengenai kualitas pelayanan, diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah semua jenis aktivitas yang diselesaikan oleh perusahaan untuk memenuhi asumsi pelanggan. Pelayanan untuk situasi ini dicirikan sebagai jasa *service*.

2.2.3 Teori Harga

(Kotler dan Armstrong, 2012:314) harga yaitu “*The amount of money charged for a product or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*”. Ada 4 ukuran yang menggambarkan harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Berikut ini merupakan penjelasan dari empat ukuran harga, yaitu:

1) Keterjangkauan harga.

Pelanggan dapat menjangkau pada biaya yang ditetapkan oleh perusahaan. Biasanya ada beberapa jenis layanan dalam satu layanan dan biayanya juga berbeda dari yang paling murah hingga yang paling mahal. Dengan harga yang ditetapkan, banyak pembeli menggunakan layanan ini.

2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Konsumen sering membandingkan harga suatu pelayanan jasa dengan pelayanan lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya pelayanan suatu jasa sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan menggunakan pelayanan jasa tersebut.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, seseorang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara pelayanan jasa tersebut karena mereka akan melihat adanya perbedaan kualitas tersebut. Apabila harga lebih tinggi seseorang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga pasti lebih baik.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen memutuskan menggunakan jasa tersebut jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah

dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat pelayanan jasa lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa pelayanan jasa tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Menurut Angipora tujuan dari penetapan harga adalah: (Marius, 2002: 271)

- 1) Dapatkan manfaat terbesar, sesuai dengan apa yang perlu di capai. Melalui estimasi harga yang diberikan, perusahaan berharap untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal melalui pendapatan keuntungan yang maksimal. Kemudian, pada saat itu asumsi yang berbeda yang harus dicapai dalam jangka pendek atau panjang akan terpenuhi.
- 2) Memperoleh keuntungan dari usaha, mengingat tujuan yang akan dicapai, perusahaan percaya bahwa cukup jauh melalui penilaian dari setiap bantuan yang diberikan, dapat memperoleh keuntungan dari seluruh nilai investasi yang dibuat untuk kegiatan yang dilakukan
- 3) Mencegah atau mengurangi persaingan.

Melalui tujuan ini, perusahaan berharap bahwa dengan nilai harga yang ditetapkan pada setiap pelayanan yang diberikan akan

mencegah atau mengurangi tingkat persaingan dari bisnis yang masuk.

- 4) Mempertahankan atau mengembangkan lebih lanjut *market share*, alasan untuk penetapan harga diperlukan pada dasarnya memiliki pilihan untuk mempertahankan atau mengembangkan lebih lanjut *market share* dari keseluruhan industri yang diklaim oleh perusahaan dalam persaingan bisnis saat ini. Pilihan dan pengaturan tujuan biaya ini dengan harapan bahwa tingkat kesepakatan penjualan untuk pelayanan jasa yang dibuat akan meningkat jika dibandingkan dengan perusahaan yang berbeda, secara tidak langsung akan lebih mengembangkan bagian dari perusahaan dalam industri serupa.

Dari beberapa spekulasi di atas, ilmuwan menyimpulkan bahwa biaya adalah nilai bantuan sebagai uang tunai yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk mengkonsumsi jasa ini, sedangkan dari perusahaan harga dapat menghasilkan pembayaran.

a. Penentuan Harga Dalam Islam

Tas'ir (menetapkan harga) adalah pelatihan yang tidak diperbolehkan oleh hukum Islam. Pemerintah atau individu yang memiliki kekuasaan ekonomi tidak memiliki hak dan kemampuan untuk memutuskan biaya tetap suatu produk, kecuali jika

pemerintah telah memberikan jumlah yang cukup untuk dijual dengan biaya yang disepakati bersama. (Syafei, 2000: 87).

Harga merupakan salah satu komponen dari *marketing mix* dalam Islam. Dalam Islam, tidak masuk akal untuk menetapkan biaya rendah di bawah pasar, menghalangi tindakan maisir atau mendapatkan manfaat dari tidak bekerja, mengubah harga tanpa diikuti oleh perubahan kualitas harga, tidak menyesatkan klien untuk memperoleh manfaat, pemisahan nilai harga antara uang manajer, menyalahgunakan publisitas palsu yang disengaja melalui media, bertaruh (taruhan), menyimpan dan mengontrol harga yang menyebabkan kekurangan pasokan, mengumpulkan barang apa pun disangkal dalam Islam. Islam menekankan tindakan memperkirakan strategi secara kokoh dan mengamati hukum bunga dan penawaran terjadi secara normal seperti yang ditunjukkan oleh sistem pasar. Penentuan harga dilarang dalam Islam dari menetapkan harga yang tidak masuk akal (*predatory pricing*), diskriminasi penentuan harga akan membawa akibat yang buruk dan keliru dalam menentukan biaya. Sabda Rasulullah SAW. (Mardiah, 2018: 42-43)

Ketentuan yang berkaitan dengan prosedur strategi harga adalah: “janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri” (HR Bukhari dan Muslim). Dalam Al Qur'an, Allah SWT jelas membatasi tindakan merusak timbangan sebagai

memperkirakan strategi harga seperti yang dia katakan di QS Al-Mutaffifin [83]: 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

Celakalah bagi orang yang curang dalam menakar dan menimbang!

الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ

(Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan,

وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۗ

dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.

2.2.4 Teori Kepuasan Pelanggan

Sesuai (Umar, 2003: 14) kepuasan konsumen dicirikan sebagai penilaian setelah membeli, ketika kesan kinerja pada jasa yang dipilih memenuhi/ melampaui asumsi sebelum membeli. Dalam hal pandangan terhadap kinerja tidak dapat memenuhi asumsi, yang terjadi adalah kekecewaan.

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku Total Quality Management ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, ada empat metode

pengukuran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu: (Tjiptono, 2003: 104)

1) Sistem keluhan dan saran (*Customer Centered*).

Memberi kesempatan luas kepada pelanggan untuk menyampaikan saran serta keluhan yang dialaminya. Informasi-informasi dapat memberi ide-ide bagus bagi perusahaan, memberi kesempatan yang seluasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan untuk mengatasi masalah yang ada.

2) *Ghost shopping*.

Metode ini dilaksanakan dengan salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam merasakan pelayanan jasa tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3) *Lost customer analysis*.

Dalam metode ini perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah beralih ke perusahaan lain yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami

mengapa hal itu terjadi. Pemantauan customer loss rate (tingkat pelanggan yang hilang) juga penting, peningkatan customer loss rate akan menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hal ini ditunjukan untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya peralihan pelanggan dengan perusahaan lain, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi selanjutnya.

2) Survei kepuasan pelanggan.

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh sebuah tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggannya dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Untuk mengukur kepuasan konsumen diselesaikan dengan sebagai berikut:

- 1) Estimasi harus dimungkinkan dengan pertanyaan langsung seperti pernyataan berapa senangnya dengan pelayanan tersebut.
- 2) Responden didekati untuk mencatat masalah yang mereka hadapi diidentifikasi dengan tawaran dari perusahaan dan

dimintai untuk mencatat peningkatan yang mereka rekomendasikan.

- 3) Responden diajukan pertanyaan yang diidentifikasi dengan jumlah yang mereka harapkan karakteristik tertentu dan jumlah yang mereka rasakan.
- 4) Responden dapat memberi peringkat penawaran yang berbeda tergantung pada yang paling penting dari setiap komponen seberapa baik perusahaan bekerja di setiap komponen.

Hawkins dan Lonney (dalam buku Tjiptono, 2004:101) poin-poin dalam kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat menggunakan kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

Sehubungan dengan indikator kepuasan konsumen untuk lebih jelasnya di bawah ini:

- 1) Kesesuaian harapan

Tingkat kesesuaian harapan antar kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen tersebut dengan yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri, meliputi:

1. Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi apa yang diharapkan secara umum
2. Jasa yang diberikan oleh JNE sesuai atau melampaui apa yang diharapkan secara umum.
3. Fasilitas pendukung yang didapat sesuai atau melebihi apa yang diharapkan secara umum.

2) Minat menggunakan kembali

Merupakan ketersediaan pelanggan untuk menggunakannya kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap jasa tersebut, meliputi:

1. Ingin menggunakan kembali dengan alasan pelayanan yang diberikan oleh JNE dapat diterima
2. Tertarik untuk menggunakan kembali karena nilai dan keuntungan yang diperoleh setelah menggunakan layanan JNE.
3. Tertarik untuk menggunakan kembali karena fasilitas pendukung yang diberikan cukup memuaskan.

3) Kesiapan merekomendasikan

Merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan pelayanan yang telah dirasakan kepada sahabat, keluarga, antara lain :

1. Anjurkan teman atau anggota keluarga untuk menggunakan layanan JNE yang ditawarkan karena pelayanan yang puas.
2. Dorong teman atau anggota keluarga untuk membeli layanan yang ditawarkan karena layanan pendukung yang diberikan memuaskan.
3. Ajak teman atau anggota keluarga untuk menggunakan layanan JNE yang ditawarkan berdasarkan nilai atau keuntungan yang didapat setelah menggunakan layanan tersebut.

a. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Syariah

Dalam pandangan Islam, tolak ukur dalam menilai kepuasan konsumen adalah prinsip syariah. Kepuasan konsumen dalam syariah adalah tingkat pengujian antara asumsi dan jasa yang seharusnya sesuai syariah sesuai kebenaran yang didapat. Sesuai dengan penilaian (Qardhawi, 1997: 263) sebagai pedoman untuk menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pembeli, perusahaan jasa harus melihat kerja perusahaannya yang diidentifikasi dengan:

- 1) Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan kejujuran pada seluruh karyawan di perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda Nabi SAW,

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعٌ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ (رواه أحمد وابن ماجه وغيره)

"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).

2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu dari haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik sebagai biaya atau sesuatu yang lain. Dalam perdagangan dikenal dengan istilah "menjual dengan amanah", yang berarti penjual menjelaskan beberapa ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangannya kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan gambaran ini, sebuah perusahaan akan menawarkan pelayanan yang menyenangkan kepada klien, termasuk dengan mengungkapkan apa pun yang terkait dengan produk atau layanan yang akan ditawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu pembeli akan benar-benar ingin

memahami dan tidak akan berhenti sejenak dalam memilih produk atau layanan.

3) Benar

Berbohong dalam perdagangan sangat dilarang dalam Islam, terutama jika disertai dengan kepalsuan demi Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari Hakim bin Hazm

عَنْ حَكِيمِ بْنِ جَرَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْبَيْعَانِ
بِالْخِيَارِ مَالٌ يَنْفَرَقَانِ

قَالَ حَتَّى يَنْفَرَقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ
بِرْكَهُ بَيْعِهِمَا

(رواه البخاري)

"Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu".

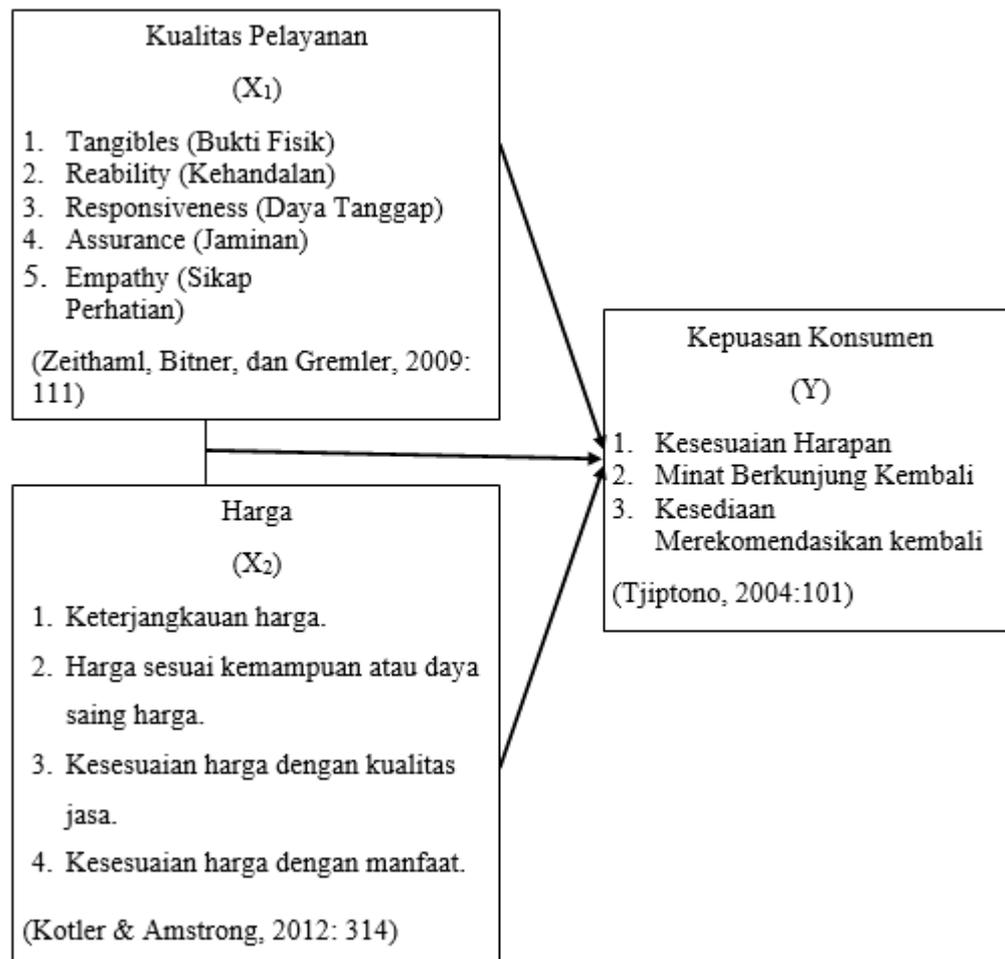
2.2.5 Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Juwandi faktor yang berpengaruh di kepuasan pelanggan adalah: (Irawan, 2004: 37)

- 1) Kualitas jasa, konsumen terpenuhi setelah menggunakan jasa kebetulan sifat jasanya dapat diterima.
- 2) Harga, untuk konsumen yang sensitif, biasanya biaya rendah adalah sumber utama pemenuhan karena konsumen akan mendapatkan insentif tinggi.
- 3) Kualitas Pelayanan, pemenuhan dengan kepuasan pelayanan terhadap kualitas pelayanan umumnya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan pengendalian yang memiliki banyak ukuran, kemungkinan besar yang paling terkenal adalah SERVQUAL
- 4) Emosional, pelanggan akan merasa puas (senang) karena nilai antusias yang diberikan oleh brand dari pelayanan jasa tersebut. Harga dan akomodasi konsumen akan lebih terpenuhi jika cukup sederhana, layak dan efektif dan efisien dalam mendapatkan barang atau jasa.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE di Sidoarjo. Dari uraian latar belakang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh pada kepuasan konsumen, maka peneliti menjelaskan kerangka konseptual sebagai berikut:



2.4 Hipotesis Penelitian

Merupakan tanggapan sementara terhadap perincian masalah penelitian yang telah diungkapkan dalam kalimat pertanyaan. Hal ini diungkapkan untuk waktu yang singkat, dengan alasan bahwa tanggapan yang tepat yang diberikan tergantung pada hipotesis yang signifikan, tidak didasarkan pada kenyataan fakta empiris yang diperoleh melalui berbagai informasi (Sugiyono, 2005: 70). Mengingat konsep ini, hipotesis dari seluruh penelitian adalah:

1) Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel (X1) Memiliki Indikator Sebagai

Berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti nyata ini akan terlihat langsung oleh pembeli. Bukti fisik mencakup keberadaan kantor, peralatan, dan bahan komunikasi dari perusahaan.

2. Keandalan (*Realibility*),

Kemampuan perusahaan yang dapat diandalkan untuk memberikan bantuan sebagaimana dijamin secara tepat dan dapat diandalkan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*),

Ini adalah keinginan pekerja untuk membantu pelanggan dan menawarkan pelayanan dengan tanggap.

4. Assurance (*Assurance*),

Pelanggan akan dilayani dengan baik oleh pekerja yang memiliki tingkat keterampilan yang memuaskan dan dapat memberikan semuanya rasa nyaman dan aman.

5. Empati (*Empathy*)

Adalah kepedulian individu yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya, termasuk kemudahan membuat melakukan hubungan, berkomunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan konsumen dengan cara yang cepat dan tepat.

Hipotesis 1 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Sidoarjo.

2) Harga Sebagai Variabel (X2) Memiliki Indikator Sebagai Berikut:

1. Keterjangkauan harga.

Pelanggan bisa menjangkau harga yang ditetapkan pada perusahaan.

2. Harga sesuai dengan daya saing.

Dalam ini mahal murahnya pelayanan jasa akan sangat dipertimbangkan konsumen pada saat menggunakan pelayanan jasa.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa.

Jika harga lebih tinggi seseorang lebih beranggapan bahwa kualitas pasti lebih baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen memilih untuk menggunakan layanan ini jika keuntungan dirasakan lebih besar/sama dengan yang dihasilkan ketika mereka mendapatkannya.

Hipotesis 2 : Diduga Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Sidoarjo.

3) Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel (Y) Memiliki Indikator Berikut:

1. Kesesuaian Harapan

- a. Sebuah jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi apa yang umumnya diharapkan
- b. Pelayanan yang diberikan JNE melampaui apa yang diharapkan secara umum.
- c. Kantor-kantor pendukung telah melampaui apa yang diharapkan secara umum.

2. Minat menggunakan kembali

- a. Sebuah. minat untuk digunakan kembali dengan alasan pelayanan JNE dapat diterima.

- b. Minat untuk menggunakan kembali karena nilai dan keuntungan yang didapat setelah menggunakan layanan JNE.
 - c. Minat untuk digunakan kembali karena fasilitasnya memuaskan.
3. Kesiediaan Merekomendasikan
- a. Memberikan saran teman/ kerabat untuk menggunakan jasa JNE karena pelayanan bagus.
 - b. Memberikan saran kepada teman/anggota keluarga untuk membeli layanan yang ditawarkan karena fasilitas pendukung yang memuaskan.
 - c. Memberikan saran kepada sahabat/anggota keluarga untuk menggunakan layanan JNE karena manfaat yang didapat setelah menggunakan layanan tersebut.

Hipotesis 3 : Diduga Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Sidoarjo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dicirikan sebagai strategi penelitian yang bergantung pada cara berpikir positivisme, digunakan untuk menganalisis populasi/sample tertentu, prosedur pengambilan sample pada umumnya dilakukan acak sesuai dengan ketentuan. Berbagai macam informasi menggunakan analisis data informasi kuantitatif berbentuk angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, dan hasil didominasi dengan angka (Sugiyono, 2018: 15).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan kepada konsumen JNE Sidoarjo membagikan kuesioner kepada responden yaitu semua pelanggan JNE yang berada di Sidoarjo diberikan serangkaian pertanyaan terkait kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

3.3 Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2018: 130) populasi, yaitu wilayah yang terdiri dari obyek yang mempunyai ciri dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen JNE yang memanfaatkan jasa pengiriman kargo PT JNE, dilihat dari jumlah yang diingat untuk populasi yang tidak jelas. Sedangkan sampel adalah salah satu bilangan dan sifat yang dimiliki oleh penduduk (Sugiyono,

2018:131). Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu jumlah semua obyek penelitian.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

(Sugiyono, 2013: 115) nsampel sangat penting untuk jumlah dan atribut yang dimiliki oleh populasi. Sebagaimana ditunjukkan oleh (Sugiyono, 2009: 85) anggota populasi yang tidak jelas, maka ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{d}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = harga standart normal (1.976)

p = estimator tingkat populasi (0,5)

d = interval/ deviasi (0,10)

q = 1-p

Jadi jumlah sampel ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,976)(0,5)(0,5)}{(0,10)} = 97,6$$

Hasi dari perhitungan ini diketahui dari jumlah sampel dari 97,6 yang dikumpulkan menjadi 100. Jadi, jumlah individu yang dibutuhkan adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *proposive*

sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. 100 responden anggota sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo (Sugiyono, 2018; 138).

Adapun kriteria responden dari penelitian ini:

- 1) Pembeli yang datang ke kantor JNE untuk melakukan pengiriman produk.
- 2) Pembeli yang menggunakan JNE minimal sekitar 1 kali kiriman
- 3) Pelanggan yang berusia mulai 18 tahun.

3.5 Data dan Jenis Data

1) Data Primer

Husein Umar (2014:42) pengertian data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber utama baik dari orang-orang atau individu seperti hasil wawancara dari pertemuan atau pengisian kuisioner yang biasanya dilakukan oleh analis. Data primer pada penelitian ini merupakan hasil pengisian angket/ kuesioner yang diisi konsumen JNE di Sidoarjo.

2) Data Sekunder

Sebagaimana dikemukakan oleh Husein Umar (2014:42) data sekunder adalah informasi penting yang juga ditangani dan diperkenalkan secara tepat oleh pengumpul informasi penting/oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel/grafik. Informasi tambahan dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh dari berbagai tulisan, karya ilmiah dan arsip yang berhubungan dengan penelitian serta langsung dari situs JNE sebagai data yang diidentifikasi dengan masalah yang diteliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2018: 213) pengumpulan data diperoleh dari interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dokumentasi dan gabungan dari ketiganya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket) dan dokumentasi.

1) Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2018: 219) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada respondennya untuk dijawab. Kuesioner berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuisisioner yang digunakan penelitian ini bersifat

tertutup, menyiratkan bahwa responden hanya dapat menjawab sesuai dengan keputusan respon yang telah diberikan.

Pengumpulan informasi menggunakan pertanyaan yang ditujukan kepada responden pelanggan JNE di Sidoarjo. Dalam kuesioner yang akan ditanyakan oleh pembuatnya adalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen yang diberikan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Tujuan di sebarkannya kuesioner ke responden adalah untuk memperoleh informasi mengenai kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen yang diterapkan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Penulis akan megedarkan kuisisioner kepada pelanggan JNE di Sidoarjo melalui kuisisioner pada pelanggan yang seringkali menggunakan JNE. Langkah-langkah dari pengisian survei antara lain memberi tanda centang pada tempat yang telah diatur oleh penulisnya dalam kuisisioner tersebut. Jawab survei dengan skala Likert.

(Sugiyono, 2018:152) Skala likert untuk mengukur perspektif, anggapan seorang/ kelompok individu dengan topik fenomena sosial. Dengan 5 pilihan jawaban antara lain sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.. Responden menjawab jajak pendapat dengan memilih salah satu jawaban alternatif yang diberikan pada skala Likert. Kemudian, dari 5 opsi diberikan skor:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Klasifikasi	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral/ Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018: 153)

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah pendekatan untuk mengumpulkan informasi. Ini adalah informasi yang penulis manfaatkan dari buku, notulen rapat, makalah, prasasti, rencana adalah beberapa model yang digunakan dengan strategi dokumentasi dan pencarian hal-hal yang diidentifikasi dengan faktor-faktor penelitian. Metode ini digunakan untuk menguatkan sumber informasi eksplorasi yang ada, misalnya mengambil informasi dari laporan masa lalu tergantung pada prasyarat memasukkan sumber, dan lain sebagainya (Arikunto, 2010:231).

Dalam hal ini informasi penulis menggunakan buku, arsip, catatan, dan dokumen yang berkaitan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen pada pengguna jasa JNE. Berbagai informasi bersumber dari penulisan referensi studi melalui buku catatan, media cetak dan dari situs-situs pendukung.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel sebagaimana ditunjukkan oleh (Sugiyono, 2018: 57) makna oprasional variabel akan diperjelas tentang faktor-faktor yang akan dilihat sebagai objek pengamat dalam penelitian. Ada 2 macam faktor yang digunakan, adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1) Variabel Independen (X)

Variabel tersebut disinggung sebagai variabel *stimulus, prediktor*, dan pendahulu. Di bahasa Indonesia biasa disebut variabel bebas variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubah atau naiknya variabel dependen (terikat). Di SEM (*Structural Equation Modeling/Pemodelan*), menampilkan/menunjukkan kondisi utama, variabel independen sebagai variabel eksogen (Sugiyono , 2018: 57). Variabel independen yang digunakan adalah variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2).

2) Variabel Dependen (Y)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya dari variabel bebas. Dalam SEM (*Structural Equation Modeling/Pemodelan*) Persamaan Struktural, variabel dependen disebut sebagai variabel indogen (Sugiyono, 2018: 57). Variabel independen yang digunakan adalah variabel kepuasan konsumen (Y).

Operasionalisasi variabel dipergunakan sebagai menentukan jenis dan dari variabel yang terkait di dalam penelitian. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing- masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu bisa dilakukan secara tepat.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. (Kotler, 2002:83)	a. Tangible (Wujud)	1. Perlengkapan dan peralatan yang memadai (alat timbang, alat ukur, alat pengepakan, peralatan elektronik) 2. Penampilan fasilitas fisik (penampilan karyawan rapi dan sopan)
			b. Realibility (Kehandalan)	1. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan 2. Memiliki standart pelayanan yang jelas
			c. Responsiveness (Daya Tanggap)	1. Memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan

				2. Setiap keluhan pelanggan direspon oleh karyawan
			d. Assurance (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melayani pelanggan dengan sopan dan ramah 2. Karyawan JNE menimbang, mengepak, dan meyiapkan barang dengan berhati-hati dan teliti 3. Karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
			e. Emphaty (Sikap Perhatian)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memprioritaskan kepentingan pelanggan 2. Memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan 3. Memberikan perhatian yang bersifat individual kepada pelanggan
2.	Harga (X2)	Sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang pelanggan tukar dalam rangka	Nilai dan Manfaat Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang diberikan dari perusahaan terjangkau 2. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan

		mendapatkan manfaat dari menggunakan pelayanan jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2012:314)		
			Tingkat Persaingan	1. Memberikan diskon di aplikasi My JNE
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan,	Kesesuaian Harapan	1. Kualitas pelayanan dan harga yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan 2. Penampilan dan kinerja karyawan rapi dan cekatan

		maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. (Umar, 2003: 14)		
			Minat menggunakan Kembali	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat menggunakan kembali karena kualitas pelayanan yang diberikan memuaskan 2. Minat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diberikan sesuai 3. Minat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang memadai
			Kesediaan merekomendasikan kembali	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekomendasikan JNE kepada teman karena pelayanan sangat bagus 2. Merekomendasikan JNE kepada teman karena harga terjangkau 3. Merekomendasikan JNE kepada teman karena fasilitas
				yang disediakan sangat enak/ memadai

3.8 Skala Pengukuran

Menguji hipotesis koefisien regresi untuk mengetahui apakah variabel bebas terkandung dalam persamaan regresi secara parsial dan simultan selama ini mempengaruhi variabel terikat.

1) Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejumlah besar perubahan tingkat atau variasi variabel independen. Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kapasitas model dalam menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) memiliki jangkauan dari 0 sampai ($0 < R^2 < 1$). Semakin penting nilai R^2 dekati 1 menyiratkan bahwa pengaruh variabel bebas pada saat yang sama dianggap kuat, dan dengan asumsi (R^2) hampir tidak ada (0) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat selama ini tidak berdaya atau lemah.

(Riduwan dan Sunarto, 2011: 81) Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat variabel harga dan Kualitas pelayanan yang memiliki pilihan untuk memperjelas variabel kepuasan Pelanggan. Pengujian ini dapat dilihat dengan rumus determinan sebagai berikut:

Rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Memiliki keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = kuadrat dari koefisien ganda

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t untuk pembuktian hipotesis penelitian dengan mempunyai pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dengan X_2 (harga) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) untuk menguji statistik untuk koefisiensi *korelasi* (r) hipotesis yang mengajukan uji signifikansi T bisa memakai rumus statistik sebagai berikut : (Sugiyono 2012:184)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Di mana:

t : nilai uji t yang dihitung

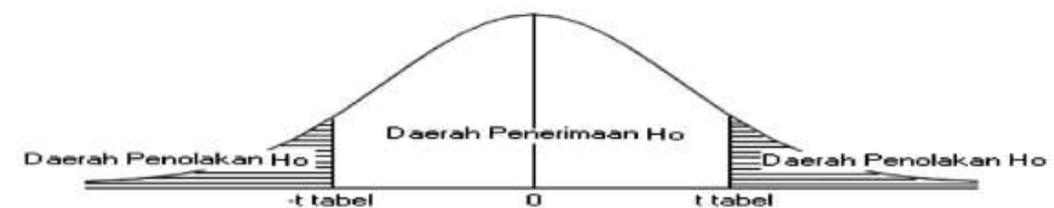
r : hasil koefisien korelasi

r^2 : koefisien determinasi

n : jumlah anggota sampel

Berikut ini adalah kurva Uji T (Parsial):

Gambar 3. 1 Kurva uji T (Parsial)



Sumber: Sugiyono (2013:226)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah:

Dengan asumsi $t_{hitung} < t_{tabel}$ taraf signifikan 5%, variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diakui dan H_a ditolak

Dengan asumsi $t_{hitung} > t_{tabel}$ taraf signifikan 5% maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diakui

2) Uji F (Uji simultan)

Uji F digunakan dalam pengujian variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat yang digunakan. Pengujian ini menggunakan pengujian nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dengan asumsi $F_{hitung} > F_{tabel}$ secara keseluruhan di bawah 0,05 (5%) sedangkan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel

terikat, dan sebaliknya. Persamaan yang diajukan Sugiyono untuk menentukan F_{hitung} adalah: (Sugiyono, 2004: 190)

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana :

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

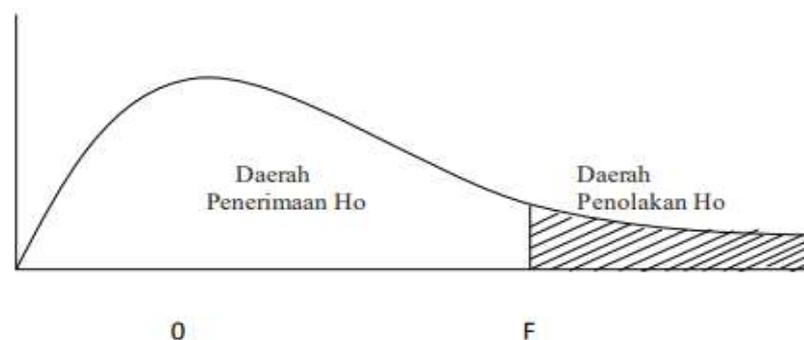
R^2 = R^2 Koefisiensi determinasi

N = jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas (*independent variabel*)

Berikut ini adalah gambar kurva Uji T (Parsial):

Gambar 3. 2 Kurva Uji F (Simultan)



Sumber: Sugiyono (2013:226)

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $F_{hitung} < 0,05$ maka H_0 ditolak (tidak signifikan)

Jika $F_{hitung} \geq 0,05$ maka H_0 diterima (signifikan)

Dengan asumsi H_0 ditolak, H_a diakui, menyiratkan bahwa variabel bebas yang telah dicoba memiliki hubungan yang sangat besar dengan variabel dependen.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini digunakan menganalisa data peneliti dengan menggunakan data SPSS (*Statiscal Package For The Social Science*) pengujian yang akan digunakan adalah:

1) Uji Validitas

Uji validitas untuk menunjukkan tingkat ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas menunjukkan tingkat ketepatan antara informasi asli yang terjadi pada suatu item dan informasi yang dikumpulkan oleh penelitinya. Valid yang mengandung arti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam pengujian ini, yang digunakan adalah survei.

Suatu alat pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika alat tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan motivasi yang melatarbelakangi pengukuran tersebut.

1. Dalam hal r hitung $>$ r tabel, maka dianggap valid

2. Jika r hitung $<$ r table dianggap tidak valid

Untuk menguji keabsahan validitas kuesioner digunakan rumus sebagai berikut: (Sugiyono, 2004: 104)

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel x dan variabel y

n = Jumlah observasi/ responden

$\sum X$ = Jumlah harga dari skor pertanyaan

$\sum Y$ = Jumlah harga dari skor total

$\sum X Y$ = Jumlah perkalian nilai butir dengan nilai total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dan nilai butir

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dan nilai total

Angka yang didapat harus dibandingkan dan nilai standar korelasi validitas, menurut (Sugiyono, 2017: 125) standar nilai validitas adalah 0,3. Dengan asumsi angka korelasi yang didapat lebih banyak daripada nilai standar, pernyataannya valid atau signifikan.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan atau keajegan) alat pengumpul data (instrumen) yang digunakan. Untuk melihat reliabilitas alat ukur

yang digunakan pada penelitian ini (Arikunto, 2010: 221) sebagai berikut:

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

R_{11} = Reliabilitas

K = Banyak butir soal atau butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = Jumlah varians item

S_t^2 = Varian total

Distribusi (Tabel r) untuk $\alpha = 0,05$ atau $\alpha = 0,01$ dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$). Kemudian membuat keputusan membandingkan r_{11} dengan r_{tabel} . Adapun kaidah keputusan:

1. Jika $r_{11} > r_{tabel}$ berarti reliabel
2. Jika $r_{11} < r_{tabel}$ berarti tidak reliabel

3.10 Analisis Data

1) Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif menurut (Sugiyono, 2018:226) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Ini dilakukan dengan mengambil contoh dari populasi dan memanfaatkan kuesioner merupakan alat pengumpul informasi. Dalam penggambaran informasi, setiap variabelnya dapat dilihat dari mean (rata-rata), maximum minimum, dan standar deviasi.

Dalam strategi ini, peneliti menjelaskan angka-angka dari penyusunan instrumen informasi, sehingga data yang disampaikan akan lebih jelas. Karena, teknik ini hanya berfungsi untuk pengumpulan informasi, pengurutan informasi variabel tergantung pada pengumpulan dengan tujuan agar lebih terkoordinasi dan sederhana untuk memperjelas maknanya. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan bantuan program komputer, program statistik yang digunakan adalah SPSS versi 16.

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antar dua/ lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis tersebut dipergunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dan variabel dependen tergantung apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif/ negatif dan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen tergantung pada variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan menurut Sugiyono, 2006:254 dalam jurnal penelitian (Bagus Handoko, 2016: 8).

Persamaan dari model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b₁ = koefisien regresi untuk X₁

b₂ = koefisien regresi untuk X₂

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Harga

e = standart error

3.11 Uji Asumsi Klasik

3.11.1 Uji Normalitas

Ghozali, 2005:110 Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya memiliki pendistribusian biasa atau tidak. Model regresi yang layak adalah model yang biasanya disebarluaskan normal atau hampir normal. Suatu informasi dikatakan mengikuti distribusi biasa jika dilihat dari penyebaran informasi pada sumbu diagonal dari grafik. Alasan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika informasi menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika informasi menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

Uji normalitas adalah pengujian yang melihat apakah data yang digunakan untuk menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak, penelitian ini menggunakan probability plot. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal. Apabila data yang digunakan terdistribusi normal, maka residual plots akan mengikuti garis normalitas dan berada di sekitar garis (Pongoh, 2013;89).

3.11.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas seperti yang ditunjukkan oleh Ghozali, 2005:91 adalah untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel independent dalam model regresi. Strategi yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi akan terbebas dari multikolinearitas jika nilai toleransi $> 0,10$ atau sebaliknya jika $VIF < 10$ (Pongoh, 2013;89).

3.11.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali, 2005:105 bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat selisih antara variasi dari residual satu ke lainnya atau tidak. Penelitian ini menggunakan diagram plot antara nilai yang diantisipasi dari variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tentu yang teratur, misalnya bergelombang, melebar, menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada fokus yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membingkai suatu pola tertentu, maka pada saat itu tidak terjadi heteroskedastisitas (Pongoh, 2013; 89).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

Berdiri pada tanggal 26 November 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE memulai kegiatannya dengan fokus mengurus urusan kepabeanan/impor mengirim barang/dokumen dan pengangkutannya dari luar negeri ke Indonesia melalui pusat distribusi '*Rush Handling*'. Kemajuan dalam dunia bisnis dan gaya hidup individu menuntut penanganan pengiriman impor yang terus berkembang. Tak hanya paket kecil dan dokumen, tetapi juga dalam menangani transportasi, logistik, dan pendistribusian. Kesempatan ini terus berkembang, mendorong perusahaan JNE untuk terus mengembangkan perusahaannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini, fokus layanan JNE telah menjangkau lebih dari 6.000 wilayah dan masih berkembang, dengan lebih dari 40.000 pekerja. Lebih dari 150 area JNE telah dikaitkan dengan sistem komunikasi online, disertai dengan akses sistem informasi yang efektif dan efektif untuk pembeli dengan tujuan untuk mengetahui status terbaru dari pengiriman paket atau dokumen. Perusahaan JNE

fokus pada SDM sama seperti inovasi sebagai ciri kemajuan suatu perusahaan. Mulai dari mesin X-Ray, GPS, hingga perangkat khusus satelit. Keandalan dan tanggung jawab JNE ditunjukkan dengan diraihnya berbagai penghargaan dan sertifikasi ISO 9001:2008 untuk kerangka manajemen mutu.

(<https://www.jne.co.id/id/perusahaan/profil-perusahaan>)

2. Visi Misi Perusahaan

Visi:

Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia

Misi:

Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten

3. Jenis-Jenis Pelayanan JNE

Untuk memberikan yang terbaik untuk konsumennya, maka JNE memberikan beberapa pelayanan yang terbaik diantaranya:

1) COD JNE

a. Ketentuan Umum

1. Lengkapi Form COD: <https://bit.ly/3ax9Q8e>

2. Fotocopy KTP Seller
 3. Fotocopy NPWP Seller/ Badan Usaha
 4. Fotocopy Kartu JLC
 5. Fotocopy nomor rekening
 6. Melengkapi Form CS3 (*Customer Self Service System*)
- b. Persyaratan Umum
1. Berlaku khusus untuk *Seller non-Market Place* bertransaksi melalui *Sales Counter* JNE yang terdaftar
 2. Seller telah terdaftar sebagai member JNE Loyalty Card (JLC) selama sekitar 1 bulan berjalan.
 3. Pelayanan yang berlaku adalah service regular
- c. Keuntungan COD JNE
1. Membuat Pembeli lebih percaya
 2. Membangun Reputasi Toko Online
 3. Menjauhi dari penipuan berupa barang tidak dikirim
 4. Berikan solusi alternatif pembayaran
- (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/cod-jne>)

2) SUPER SPEED (SS)

Suatu pelayanan pengiriman berfokus pada kecepatan dan pengangkutan sesuai dengan waktu yang ditentukan sebelumnya/disetujui.

a. Ketentuan:

1. Pelayanan SS dapat diakses di wilayah tertentu melalui transportasi darat dan udara. Untuk transportasi udara adalah memiliki rencana penerbangan langsung (non-stop flight) ke tujuannya.
2. *Service Level Arrangement* (SLA) pelayanan SS maksimal 24 jam sejak transaksi atau penjemputan paket diperoleh melalui kurir.
3. Perkiraan pengangkutan yang dinilai dapat melebihi 24 jam jika ada permintaan melampaui permintaan khusus luar biasa dari konsumen.
4. Garansi uang kembali jika syarat jika pengiriman > 24 jam atau melewati permintaan khusus.
6. Pengirim mendapat pemberitahuan tentang keberhasilan pengiriman paket melalui nomor

ponsel pengirim yang tercatat pada tanda terima resi.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/super-speed-ss>)

3) PESONA (Pesanan Oleh-Oleh Nusantara)

Pengiriman kuliner makanan dari Indonesia tidak perlu pergi ke tempat asal. Pilihan makanan dari berbagai daerah di Indonesia yang ditawarkan telah melalui penyeleksian kepraktisan dan waktu pengujian yang tepat sekitar 1 tahun sehingga tidak apa-apa bagi pelanggan untuk memakannya.(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/pesona-pesanan-oleh-oleh-nusantara>)

4) YES (Yakin Esok Sampai)

Pelayanan dengan waktu pengiriman di tujuan keesokan harinya termasuk dihari Minggu dan hari libur nasional.

a. Ketentuan:

1. Berlaku saat batas maksimum (cut off time) pengiriman.
2. Penyampaian ke penerima paling lambat pukul 23.59.

3. Berlaku pada kota-kota yang sudah ditentukan.
4. Garansi uang kembali (*money back guarantee*) apabila ada keterlambatan penyampaian disebabkan pada pihak JNE.
5. Pelanggan bisa melacak status pengirimannya dan informasi penerimaan paket menggunakan JNE *airwaybill number* di website JNE.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/yes-yakin-esok-sampai>)

5) REG (Reguler)

Reg adalah pelayanan kiriman ke seluruh wilayah Indonesia, dengan perkiraan 1-7 hari kerja, bergantung pada zona wilayah yang dituju.

a. Ketentuan:

1. Tidak melayani kiriman pada hari minggu dan libur nasional.
2. Tidak berlaku garansi uang kembali.
3. Konsumen bisa melacak status pengiriman dan informasi penerimaan menggunakan JNE *airwaybill number* di website JNE.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/reg-reguler>)

5) OKE (Ongkos Kirim Ekonomis)

Pelayanan pengiriman ke seluruh daerah Indonesia dengan harga terjangkau dengan perkiraan penyampaiannya kiriman lebih lama dari *service reguler*. Tergantung di zona daerah yang menjadikan tujuan akhir pengiriman.

a. Ketentuan:

1. Tidak melayani pada hari sabtu, minggu serta libur nasional.
2. Tidak ada garansi uang kembali (*money back guarantee*).

Mulai 1 Oktober 2017, pengiriman yang menggunakan jasa JNE OKE saat ini tidak bisa untuk kirim ke dalam kota. Masyarakat perkotaan yang sampai saat ini belum bisa adalah pulau Jawa, pulau Kalimantan, pulau Maluku & Papua, Pulau NTB, NTT, Bali, Pulau Sulawesi, dan Pulau Sumatra. Berikut ini terdapat di Pulau Jawa di dalam area Cabang Utama Surabaya.

Tabel 4. 1 Penonaktifan Service Oke Dalam Area Cabang Utama Surabaya

ORIGIN		ORIGIN		ORIGIN		ORIGIN	
Surabaya		Surabaya		Surabaya		Surabaya	
Gresik		Gresik		Gresik		Gresik	
Lamongan		Lamongan		Lamongan		Lamongan	
Bangkalan		Bangkalan		Bangkalan		Bangkalan	
Pamekasan		Pamekasan		Pamekasan		Pamekasan	
Kota Sumenep		Kota Sumenep		Kota Sumenep		Kota Sumenep	
Tuban		Tuban		Tuban		Tuban	
Tulungagung		Tulungagung		Tulungagung		Tulungagung	
Trenggalek		Trenggalek		Trenggalek		Trenggalek	

KECAMATAN (KOTA TUJUAN)	SERVICE						
Suruh	CTCOKE	Tulungagung	CTCOKE	Manding	CTCOKE	Pangrehan	CTCOKE
Watulimo	CTCOKE	Grabagan	CTCOKE	Lereng	CTCOKE	Tosun	CTCOKE
Tugu	CTCOKE	Widang	CTCOKE	Kaliwring	CTCOKE	Tambelangan	CTCOKE
Pule	CTCOKE	Tambakdoyo	CTCOKE	Guluk Guluk	CTCOKE	Sesek	CTCOKE
Pogalan	CTCOKE	Soko	CTCOKE	Gili Geneng	CTCOKE	Sukobasah	CTCOKE
Panggal	CTCOKE	Singahan	CTCOKE	Gawati	CTCOKE	Robati	CTCOKE
Munjungan	CTCOKE	Semori	CTCOKE	Dakuri	CTCOKE	Ondes	CTCOKE
Karangan	CTCOKE	Semanding	CTCOKE	Ganding	CTCOKE	Kertajati	CTCOKE
Kampak	CTCOKE	Ronggi	CTCOKE	Dungkek	CTCOKE	Kedungdung	CTCOKE
Gandusari	CTCOKE	Pumpang	CTCOKE	Blasik	CTCOKE	Jengki	CTCOKE
Durenan	CTCOKE	Penagan	CTCOKE	Blebi	CTCOKE	Campang	CTCOKE
Dongko	CTCOKE	Palang	CTCOKE	Batuaputih	CTCOKE	Banyuwani	CTCOKE
Bendungan	CTCOKE	Marong	CTCOKE	Batang Barang	CTCOKE	Sempang	CTCOKE
Trenggalek	CTCOKE	Menakurak	CTCOKE	Arauk	CTCOKE	Pademawu	CTCOKE
Kedungwaru	CTCOKE	Kere	CTCOKE	Arumut	CTCOKE	Mlasu	CTCOKE
Kauman	CTCOKE	Kenduruan	CTCOKE	Kota Sumenep	CTCOKE	Tanatan	CTCOKE
Boyalangu	CTCOKE	Jenu	CTCOKE	Taman	CTCOKE	Propos	CTCOKE
Tanggung Gunung	CTCOKE	Jatirogo	CTCOKE	Krian	CTCOKE	Pegantenan	CTCOKE
Sumberpempol	CTCOKE	Banyun	CTCOKE	Winotaya	CTCOKE	Pasesan	CTCOKE
Sendang	CTCOKE	Bancar	CTCOKE	Wlora	CTCOKE	Pekalongan	CTCOKE
Rejotangan	CTCOKE	Tuban	CTCOKE	Tulangan	CTCOKE	Pakong	CTCOKE
Pucanglaban	CTCOKE	Kangsan	CTCOKE	Tanggulangit	CTCOKE	Larangan	CTCOKE
Pabelan	CTCOKE	Batun	CTCOKE	Sukodono	CTCOKE	Kadur	CTCOKE
Pagerwojo	CTCOKE	Talaga	CTCOKE	Sedel	CTCOKE	Galis	CTCOKE
Nguntur	CTCOKE	Saranggi	CTCOKE	Pisong	CTCOKE	Sarantama	CTCOKE
Ngantru	CTCOKE	Sapeken	CTCOKE	Krembung	CTCOKE	Pamekasan	CTCOKE
Karang Rejo	CTCOKE	Rubaru	CTCOKE	Jaban	CTCOKE	Gondang	CTCOKE
Kalidawir	CTCOKE	Rias	CTCOKE	Gedangan	CTCOKE	Bumah	CTCOKE
Campur Darat	CTCOKE	Prajan	CTCOKE	Candi	CTCOKE	Tragah	CTCOKE
Besuki	CTCOKE	Pasopongan	CTCOKE	Budiman	CTCOKE	Tanjungbuni	CTCOKE
Bandung	CTCOKE	Nongarong	CTCOKE	Soboro	CTCOKE	Tanah Merah	CTCOKE
		Masulumbu	CTCOKE	Karang Pening	CTCOKE	Sacah	CTCOKE

ORIGIN		ORIGIN		ORIGIN	
Surabaya		Surabaya		Surabaya	
Gresik		Gresik		Gresik	
Lamongan		Lamongan		Lamongan	
Bangkalan		Bangkalan		Bangkalan	
Pamekasan		Pamekasan		Pamekasan	
Kota Sumenep		Kota Sumenep		Kota Sumenep	
Tuban		Tuban		Tuban	
Tulungagung		Tulungagung		Tulungagung	
Trenggalek		Trenggalek		Trenggalek	

KECAMATAN (KOTA TUJUAN)	SERVICE	KECAMATAN (KOTA TUJUAN)	SERVICE	KECAMATAN (KOTA TUJUAN)	SERVICE
Sepulu	CTCOKE	Karanganyar	CTCOKE	Tambak Sari	CTCOKE
Modung	CTCOKE	Kaliwangi	CTCOKE	Sukomanunggal	CTCOKE
Labang	CTCOKE	Clagah	CTCOKE	Sukolilo	CTCOKE
Konang	CTCOKE	Genah	CTCOKE	Simokerto	CTCOKE
Kokop	CTCOKE	Keomang	CTCOKE	Semampir	CTCOKE
Klampis	CTCOKE	Babat	CTCOKE	Sawahana	CTCOKE
Kwanyar	CTCOKE	Lamongan	CTCOKE	Sambikerep	CTCOKE
Kamal	CTCOKE	Kubomas	CTCOKE	Rungkut	CTCOKE
Geger	CTCOKE	Wringin Aras	CTCOKE	Pakal	CTCOKE
Galis	CTCOKE	Ujung Pangkah	CTCOKE	Pabean Cantikan	CTCOKE
Blega	CTCOKE	Tembak	CTCOKE	Mulyorejo	CTCOKE
Arosbaya	CTCOKE	Sidayu	CTCOKE	Lakarsantri	CTCOKE
Bangkalan	CTCOKE	Sangharam	CTCOKE	Krembangan	CTCOKE
Sarirejo	CTCOKE	Pesotrag	CTCOKE	Kenjeran	CTCOKE
Maduran	CTCOKE	Menganti	CTCOKE	Karangpilang	CTCOKE
Turi	CTCOKE	Manyar	CTCOKE	Jambangan	CTCOKE
Tikung	CTCOKE	Kedarsan	CTCOKE	Gurunganyar	CTCOKE
Sukorame	CTCOKE	Dukun	CTCOKE	Gubeng	CTCOKE
Sukodadi	CTCOKE	Dukuh Sampayan	CTCOKE	Genteng	CTCOKE
Sugio	CTCOKE	Dukuh	CTCOKE	Gayungan	CTCOKE
Sekaran	CTCOKE	Garma	CTCOKE	Dukuh Pakis	CTCOKE
Solokuro	CTCOKE	Bungah	CTCOKE	Bulak	CTCOKE
Sambeng	CTCOKE	Besasa	CTCOKE	Bubutan	CTCOKE
Pucuk	CTCOKE	Nalung Panggang	CTCOKE	Benowo	CTCOKE
Paciran	CTCOKE	Genak	CTCOKE	Asemrowo	CTCOKE
Ngimbang	CTCOKE	Wonoasih	CTCOKE	Surabaya	CTCOKE
Modo	CTCOKE	Winocati	CTCOKE		
Manup	CTCOKE	Wiwung	CTCOKE		
Laren	CTCOKE	Tanggul Majoyi	CTCOKE		
Kembangbahu	CTCOKE	Tegabari	CTCOKE		
Kedungpring	CTCOKE	Tanalen	CTCOKE		
Karang Geneng	CTCOKE				

Sumber: <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/oke-ongkos-kirim-ekonomis>

6) JNE Loyalty Card (JLC)

Program pendaftaran yang berfokus pada konsumen setia di JNE. Pemegang JLC mendapatkan keuntungan seperti kecepatan melayani, discount saat ada promosi, dan hadiah yang sangat menarik. Pemegang JLC akan mendapatkan satu poin untuk setiap transaksi senilai Rp25.000 di JNE. Poin dapat ditukar dengan hadiah atau hadiah khusus di banyak agen. Pendaftaran JLC gratis di samping biaya bulanan gratis. Untuk bergabung, lengkapi formulir online di situs JLC (<http://jlc.jne.co.id/>), kemudian mengikuti panduan yang diberikan. (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-loyalty-card-jlc>)

7) Jesika

Pelayanan baru dan kemajuan dari JNE untuk kebutuhan ibu menyusui tanpa mengganggu aktivitas sehari-hari. JESIKA menawarkan jenis bantuan untuk mendapatkan ASI dari lokasi aktivitas ke titik pengantaran tujuan. JESIKA akan memberikan kenyamanan dan kenyamanan bagi ibu menyusui karena mereka menggunakan sepeda motor yang dilengkapi dengan kantong pendingin yang luar biasa, *ice pack*,

penjepit plastik bersegel, serta *barcode* untuk menjaga kualitas ASI dan mencegah terjadinya pertukaran dengan ASI lainnya selama pengiriman. JESIKA dapat diakses Senin-Jumat untuk wilayah penjemputan di seluruh Jabodetabek. Paling banyak maksimal 5 botol susu per pengiriman. Ada paket keanggotaan, khususnya harian, mingguan (5 hari), serta bulanan (20 hari). Batas waktu pemesanan serta pembayaran adalah pukul 09:00-12:00 WIB. Dapat gratis penjemputan dan pengangkutan keesokan harinya jika ASI sudah habis lebih dari 4 jam. Botol ASI gratis, jika keesokan harinya mendapatkan dan pengangkutan botol ASI pecah selama pengantaran. (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jesika>)

8) *Money Remittance*

Melayani pengiriman uang 24 jam setiap hari. JNE *Money Remittance* adalah pelayanan kiriman uang oleh JNE dengan kerjasama perusahaan kelas dunia dibidang kirim uang, *Western Union*. Di hitungan menit, uang/ dana dikirim dan diterima melalui jaringan *Western Union* di semua dunia termasuk di jaringan JNE di seluruh Indonesia. *Divisi Money Remittance* JNE bisa melayani kiriman uang 24 jam sepanjang hari.

b) 3 Langkah mudah menerima uang:

1. Mendatangi toko JNE berlogo *Western Union*
2. Mengisi form, menulis nomor PIN rahasia, menunjukkan kartu identitas
3. Uang diterima

c) *JNE Money Remittance* memberikan pelayanan:

1. *Will Call*: Kemudahan kiriman dan penerimaan uang tunai beberapa menit bisa dilakukan di seluruh *Western Union* di dunia tidak pakai rekening bank.
2. *Quick Pay*: Pembayaran tagihan ke perusahaan yang terdaftar di *Western Union*.
3. *Direct to Bank*: peayanan kiriman uang ke rekening Bank

9) *JNE Pick-Up Point* (JNE PIPO)

Adalah pelayanan pilihan konsumen selama perjalanan menuju pengiriman. Pengirim dan penerima dapat memilih dengan menyampaikan kiriman yang akan diterima tanpa orang lain di cabang JNE terdekat yang memiliki pelayanan PIPO. JNE PIPO cocok untuk pembeli yang memiliki portabilitas tinggi dan umumnya tidak

berada di satu tempat/tidak bisa mendapatkan pengiriman secara langsung. Dapat meminta agar paket tersebut dikirim dari cabang JNE terdekat yang melayani pelayanan PIPO, bisa didapatkan setiap kali dalam waktu 5 hari saat layanan tersebut datang.

a) 6 langkah menggunakan JNE PIPO:

1. Memberitahu ke karyawan *cash counter* untuk menggunakan pelayanan *Pick-Up Point*
2. Mengisi data penerima (Nama dan No. ID KTP/ SIM/ Lainnya) pada resi kiriman, kemudian pilih cabang JNE pada tempat pengambilan di kota tujuan.
3. Menerima bukti kiriman dengan nomor resi dan PIN yang sifat rahasia dari petugas tempat kiriman
4. Pengirim memberitahu nomor resi dan PIN ke penerima
5. Setelah terkirim, penerima dapat melakukan pengambilan barang di *counter* JNE yang sudah ditentukan oleh pengirim menunjukkan nomor resi serta PIN dan identitas diri.

6. Tandatangani resi pengiriman untuk bukti pengambilan menghubungi kantor cabang JNE terdekat untuk tersedia pelayanan JNE PIPO.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-pick-up-point-jne-pipo>)

10) @box

Pelayanan pengiriman sesuai dengan kebutuhan jalur udara. JNE @BOX menggunakan pembungkus *bubblepack* sehingga sangat baik untuk transportasi barang pecah belang dan gadget elektronik.

Tabel 4.3 Pilihan Ukuran Kemasan @BOX

Ukuran	Harga	Kapasitas
18,5x24,5x10	Rp 4.000	1Kg
30x30x12	Rp 6.500	3Kg
35x33x17	Rp 9.500	5Kg

*harga dapat berbeda untuk di setiap cabang

Sumber: <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/box>

11) Diplomat

Pelayanan pengiriman barang dagangan dan dokumen berharga yang disampaikan oleh kurir JNE (*hand convey*) menitikberatkan pada keyakinan, keamanan, dan

kecepatan pengangkutan dari pihak penjemputan ke penerima.

a. Ketentuannya:

1. Memilih transportasi udara, darat, ataupun laut, dengan sesuai jadwal yang tersedia.
2. Harga kirim disesuaikan transportasi serta biaya lain yang menyertai prosesnya kiriman.
3. Berlaku garansi uang kembali (*money back guarantee*) apabila saat sampai tidak sama dengan kesepakatan saat awal kiriman.
4. Menghubungi *contact center* atau cabang JNE terdekat untuk mengetahui jadwal serta perkiraan waktu kiriman.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/diplomat>)

12) JNE *Online Payment* (JOP)

Pelayanan permintaan, pembelian, dan pembayaran tiket seperti tiket kereta api, cicilan tagihan PLN, TELKOM, dan *speedy* melalui JNE JOP dapat diakses di beberapa cabang JNE di Indonesia.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-online-payment-jop>)

13) JNE *Online Booking* (JOB)

Pelayanan pesanan tiket kiriman JNE dengan online pelanggan dapat mengisi resi kiriman dan bayar biaya kiriman dengan online pada <http://booking.jne.co.id>. Pelanggan menunjukkan kode booking kepada petugas JNE untuk dicek saat mengunjungi outlet JNE untuk mengirimkan barang dagangan, sehingga tidak ada alasan kuat untuk mengantri lama untuk mengisi resi kiriman dengan manual. Dengan JNE *Online Booking* (JOB), akan menghemat waktu. (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-online-booking-job>)

14) JNE *Trucking* (JTR)

JTR adalah jasa pengiriman barang dalam jumlah besar dengan menggunakan armada truk melalui darat dan laut dengan biaya yang murah.

a. Ketentuan:

1. Beban dasar paket yang dikirim adalah 10 Kg.
2. Berkaitan dengan pengiriman motor.

3. Berlaku pada pengiriman umum.
4. Tidak ada garansi uang kembali (*money back guarantee*).

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-trucking-jtr>)

15) *International Service*

Pelayanan kiriman dengan tujuan ke luar negeri.

a. Ketentuan:

1. Pengantaran pada hari kerja di negara tujuan dengan waktu kirim yang dinilai berbeda tergantung pada zona negara tersebut.
2. Ada biaya tambahan untuk kondisi yang tidak biasa
3. Tidak ada garansi uang kembali (*money back guarantee*)

b. Informasi Kiriman:

1. Kiriman *internasional* wajib disertai *Commercial invoice* dari pihak pengirim menggunakan bahasa Inggris serta tidak diperkenankan menggunakan tulisan tangan dengan detail:

- a. Harga barang
 - b. Jumlah barang
2. Untuk kiriman non dokumen, biaya pengangkutan tidak termasuk kewajiban dan penilaian di negara tujuan yang dibebankan kepada penerima, atau sebaliknya jika penerima tidak membayar biaya, kewajiban dan biaya akan menjadi dibebankan kepada pengirim dengan di Informasikan sebelumnya oleh JNE
 3. Penulisan lokasi penerima harus mencantumkan kode pos, nomor ponsel, serta alamat email penerima jika ada.
 4. Pengiriman non-dokumen seperti cairan/bubuk menyertakan MSDS (*Material Safety Data Sheet*) dan menjelaskan kepada konsumen bahwa pengiriman semacam ini memerlukan waktu tambahan dari pengukur yang relevan, karena MSDS harus diperiksa terlebih dahulu.
 5. Penyampaian dokumen dengan ukuran > 2 kg maka pengiriman tersebut masuk dalam kategori paket.

6. Perhitungan volumetrik P x L x T : 5000.

c. Informasi Berat Kiriman:

1. Untuk berat pengiriman / *volumetric* berat sampai 50 kg dikenakan biaya packing Rp. 200.000,-
2. Untuk berat kiriman / *volumetric* berat 50 kg – 100 kg dikenakan biaya packing Rp. 500.000,-
3. Untuk berat kiriman / *volumetric* berat 100 kg – 150 kg dikenakan biaya packing Rp. 700.000,-
4. Untuk berat kiriman / *volumetric* berat diatas 150 kg dikenakan biaya packing dihitung dengan khusus
5. Extra biaya fumigasi sebesar Rp. 650.000 per kiriman per CBM.

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/international-service>)

16) Pop Box

Pelayanan ini khusus pelanggan tidak selalu ada pada tempat tinggal dimana kiriman disimpan di loker otomatis yang berada di 32 titik di wilayah Jakarta. POPBOX digunakan pelanggan yang sudah punya member JLC (JNE *Loyalti Card*). Setiap member JLC yang melakukan

perhitungan akan dihitung poinnya saat melakukan transaksi menggunakan administrasi YES serta REG. Pengiriman di Jakarta, ongkos kirim Rp. 15.000 sampai dengan pemberitahuan lebih lanjut, pengiriman POPBOX harus dilakukan di Kantor perwakilan di Jakarta.

Tabel 4. 4 Dimensi Locker

Ukuran	Panjang	Lebar	Tinggi
XS	20 cm	24 cm	48 cm
S	10 cm	48 cm	48 cm
M	20 cm	48 cm	48 cm
L	33 cm	48 cm	48 cm
XL	101 cm	24 cm	48 cm

Sumber: <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/pop-box>

a) Produk yang dilarang dikirimkan pada pelayanan JNE-

POPBOX:

1. Makanan basah
2. Uang
3. Check
4. Wesel
5. Saham
6. Surat berharga

7. Produk Segar
8. Minuman panas ataupun dingin
9. Minuman berbau
10. Kartu kredit
11. Kartu ATM
12. Jenazah
13. Pedupaan
14. Pedupaan keagamaan
15. Senjata api
16. Senjata tajam
17. Obat-obatan serta zat-zat yang dilarang
18. Binatang anjing, kucing, burung kecil, dan lain sebagainya
19. Barang yang lebih dari ukuran PopBox
20. Sertifikat ujian
21. Paspor
22. Dokumen asuransi
23. Dokumen yang tidak dapat dicetak ulang

24. Barang mudah terbakar

25. Kembang api, kerosene, zat beracun, kaleng berisi gas, pengencer cat

26. Barang-barang yang dalam kategori *DANGEROUS GOODS*

b) Persyaratan dan Ketentuan:

Batas waktu pengambilan barang di loker adalah 71 jam atau 3 hari sejak barang disimpan di dalam loker. Jika pada periode waktu yang ditentukan barang belum diambil, maka anda harus mengambil barang di service center JNE yang telah ditentukan (JNE S. Parman, Jl. S. Parman Kav P1-P2 Slipi, Jakarta Barat).

17) JNE Logistic

Didukung SDM yang terlatih serta berpengalaman. JNE LOGISTICS mengenalkan pelayanan logistic menjadi ke sebuah pengalaman yang menyenangkan.

a. Angkutan Darat

Angkutan Darat JNE adalah jasa kirim darat yang sudah dilengkapi dengan GPS, Sistem Manajemen Armada, HSE Sign, Less Truck Load

(LTL) dan *Full Truck Load* (FTL). Angkutan Darat JNE yaitu jasa kirim darat yang sudah dilengkapi GPS. (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/angkutan-darat>)

b. Angkutan Laut

Angkutan Laut JNE yaitu pelayanan jasa angkutan laut yang menggunakan fasilitas *Less Truck Load* (LTL) serta *Full Truck Load* (FTL) yang melayani pengaturan kiriman atau transportasi *Door To Door* (DTD), *Door To Port* (DTP), *Port To Door* (PTD) dan *Port To Port* (PTP). (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/angkutan-laut>)

c. Pergudangan

Kargo berat dan produk dalam jumlah besar diangkut jarak jauh melalui jaringan pelacakan kereta api Indonesia.

a. Jasa :

1. FCL (Beban Kontainer Penuh)
2. LTL (Lebih Sedikit Beban Kontainer)

3. Pintu ke pintu
4. Pintu ke pelabuhan
5. Pelabuhan ke pintu
6. Pelabuhan ke Pelabuhan

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/pegudangan>)

18) JNE *Freight*

JNE mampu membawa segalanya, kemanapun, kapanpun melewati batas, melebihi harapan.

Gambar 4. 1 Jaringan JNE Freight



Sumber: <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/jaringan-jne-freight>

a) Jasa Kepabebean

Jasa kepabebean dengan tujuan pengeluaran barang secara cepat dan lancar dari airport/pelabuhan kedatangan barang. Service ini meliputi pengecekan kelengkapan dan validitas izin import/export, data

input deklarasi export/import, mendampingi dan menyaksikan proses cek fisik, memonitor keberadaan barang apabila terjadi *clearance delay*, dan pengantaran ke pemilik barang

Customs Clearance services:

1. *JNE Express Clearance: Custom clearance* khusus untuk barang import melalui udara dengan berat <100KG. Secara umum, barang bisa dikeluarkan <8 jam dari waktu kedatangan.
2. *Normal: Custom clearance* untuk export dan import baik itu melalui udara atau laut. Tidak ada batasan berat, jumlah, dan jenis barang
3. *Rush Handling: Custom clearance* dengan waktu pengeluaran paling cepat sangat cocok untuk barang-barang perishable dan time-sensitive
4. *Importer of the Record (IOR):* Jasa peminjaman izin import ditujukan untuk perusahaan-perusahaan yang belum melengkapi izin importnya.
5. *Import Permits Brokerage:* Jasa pengurusan izin import bagi perusahaan yang barang-barangnya

mebutuhkan izin dari instansi-instansi pemerintahan.

6. *Professional consulting*: Jasa konsultasi mengenai prosedur dan regulasi import atau export

Informasi lebih lanjut :

email: freight@jne.co.id

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/jasa-kepabeanan>)

b) Air Freight

Layanan Air Freight :

1. *JNE International Cargo*: Pengiriman export atau import untuk barang berukuran besar dari dan/atau ke negara manapun di dunia.
2. *Dangerous Goods (DG)*: Service lengkap dimulai dari persiapan sampai ke pengantaran untuk barang-barang DG seperti bahan mudah terbakar, bahan kimia, barang beracun dan lainnya.
3. *Hand Carry/OBC*: Kurir siap membawa langsung document atau parcel ke semua

negara besar menggunakan penerbangan tercepat dengan waktu pengantaran < 24 jam.

4. *Next Flight Out* (NFO): Pengiriman dalam waktu secepat mungkin dengan menggunakan penerbangan yang tersedia dalam waktu paling singkat.
5. *International airfreight agent*: Menyediakan airfreight ke tujuan negara-negara besar dari penerbangan international

Informasi lebih lanjut: email: freight@jne.co.id

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/air-freight>)

c) Ocean Freight

1. *Less than Container Load* (LCL): Konsolidasi pengiriman melalui laut untuk barang yang jumlahnya tidak mencukupi untuk 'full container' dengan tujuan ke hampir semua negara dan dengan biaya dan lead time yang competitive.
2. *Full Container Load* (FCL): Pengiriman kontainer penuh melalui laut baik itu export ataupun import

dari dan ke semua negara. Tersedia container dengan ukuran 20' DC/HC & 40' DC/HC

3. *Special Containers*: Menyediakan juga pengiriman dengan container khusus seperti *break bulk, flat rack, & open top*

Informasi lebih lanjut: email: freight@jne.co.id

(<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/ocean-freight->)

19) Sistem Informasi JNE

Ketatnya persaingan antar perusahaan jasa mendorong setiap perusahaan memilih perencanaan dan strategi dalam menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu perusahaan JNE membuat sebuah aplikasi sistem informasi yang bernama MY JNE di website maupun bisa di *download* melalui *Google Play Store* dengan adanya sistem aplikasi tersebut diharapkan konsumen pengguna jasa JNE dapat menggunakan sebagai saran informasi:

- a. Fungsi aplikasi MY JNE
 1. Mengecek tarif pengiriman JNE seluruh Indonesia
 2. Mengecek status pengiriman JNE

3. Mengecek lokasi JNE terdekat
 4. Melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli individual
- b. Cara menggunakan aplikasi MY JNE
1. Unduh aplikasi MYJNE di *Google Playstore* dan cari aplikasi MYJNE atau klik link: <https://goo.gl/Hy4DrD>, lengkapi informasi yang diminta. MY JNE akan mengirimkan email berupa konfirmasi kemudian pelanggan harus klik link yang terdapat pada email tersebut. Akun pelanggan akan aktif setelah mengisi seluruh kolom yang diminta dan nomor telepon pelanggan langsung terhubung dengan kiriman JNE miliknya.
 2. Fitur *My Shipment*, Pelanggan JNE akan dimudahkan dalam melihat riwayat pengiriman, fasilitas ini hanya diperuntukkan bagi pengguna yang terdaftar (*Registered User*).
 3. Fitur *Check Tariff*, fasilitas layanan pengecekan tarif atau ongkos kirim ini dapat digunakan baik pengguna yang telah terdaftar (*registrasi*) maupun sebagai pengguna tanpa login (*Guest User*).

Pengguna dapat memasukkan kota asal di kolom *from*, dan pada kota tujuan di kolom *tujuan/destinasi (To)*, dan aplikasi akan menginformasikan tarif pengiriman sesuai dengan kota yang diinginkan pelanggan.

4. Fitur *JNE Nearby*, Fasilitas layanan untuk mencari lokasi gerai/titik layanan JNE terdekat dengan Anda ini dapat diakses baik pengguna yang terdaftar (*Registered User*) maupun pengguna tanpa login (sebagai *Guest User*). Fasilitas pelayanan ini terdapat pada menu *JNE Nearby*. Pastikan telah mengaktifkan fitur GPS pada *smartphone* untuk menggunakan fasilitas pelayanan tersebut.
5. Fitur *My COD*, *My COD (Cash On Digital)* adalah fitur dalam aplikasi MY JNE yang memberikan layanan pembayaran belanja *online* dengan sistem *escrow*. *MY COD* Berperan sebagai pihak mediator transaksi yang netral untuk meminimalisir resiko kerugian yang dapat dialami oleh penjual atau pembeli. Fasilitas layanan COD ini diperuntukkan pengguna yang terdaftar (*Registered User*) dan Fasilitas layanan ini

terdapat pada menu *My COD*. Setelah mengunduh aplikasi *MYJNE*, customer melakukan transaksi dengan melakukan *REGISTRASI* sebagai user di aplikasi *MYJNE*. Ketika *REGISTRASI*, customer dapat melakukan transaksi *MYCOD*. Tanpa *REGISTRASI MY COD* akan dalam kondisi *INACTIVE*. Dengan menggunakan *MYCOD*, data penjual dan pembeli langsung terekam di sistem *MYJNE* dan terhubung dengan nomor telepon keduanya. *MYCOD* juga menginformasikan jumlah transaksi termasuk ongkos kirim yang harus dibayar menggunakan *virtual account* JNE atau *e-wallet* JNE.

6. Fitur *My COD Wallet*, Anda dapat menekan tombol bulat merah yang bergambar kubus di bagian bawah halaman *MY COD WALLET* untuk memulainya. Fasilitas yang tersedia di *MY COD WALLET* ini antara lain melakukan pelimpahan dana sesama pengguna wallet *MY COD* (*TRANSFER*), pengisian atau penambahan dana di *virtual account* (*TOP UP*), pencairan dana ke rekening yang ditunjuk (*CASH OUT*), dan melihat riwayat transaksi yang telah dilakukan di *MY*

COD WALLET (HISTORY). Fasilitas layanan MY COD WALLET ini untuk pengguna yang terdaftar (*Registered User*) dan Fasilitas layanan ini terdapat di menu My COD WALLET. (<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/myjne>)

4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif

Penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang jalur nugraha ekakurir (JNE) pada JNE Sidoarjo, dimana yang mempengaruhi adalah kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sehingga responden penelitian ini diambil dari konsumen yang telah melakukan pengiriman barang melalui JNE. Dalam mendapatkan responden penelitian maka dilakukan dengan penyebaran sebanyak 100 kuesioner penelitian. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti membagikan link kuesioner kepada responden dan juga dengan bantuan teman untuk membagikan kuesioner dan diisi oleh responden yang merupakan telah melakukan pengiriman barang melalui JNE di Sidoarjo dan sekitarnya. Pengumpulan data dengan mengambil sampel responden sebanyak 100 responden dari 97,6 populasi responden yang ada. Berikut ini adalah penyajian hasil mengenai karakteristik responden.

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	30	30.0	30.0	30.0
	PEREMPUAN	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jenis kelamin laki-laki, yaitu responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 70% dan jumlah responden kelamin laki-laki sebanyak 30%. Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki adalah merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak adalah responden perempuan, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang JNE di Sidoarjo.

Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	94	94.0	94.0	94.0
	31	4	4.0	4.0	98.0
	40	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Usia responden dapat dikelompokkan pada tabel di atas dan dari hasil pengelompokan terlihat kelompok terbesar responden adalah yang berusia 18-30 tahun sebanyak 94% sedangkan kelompok terkecil responden adalah usia diatas 40 tahun sebanyak 2%. Umur bisa menentukan tingkat kedewasaan seseorang sehingga hal ini bisa mempengaruhi dalam perilaku dan cara pemikirannya dalam menggunakan jasa JNE di Sidoarjo paling banyak dari umur 18-30 tahun.

Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Profesi

		PROFESI			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	75	75.0	75.0	75.0
	Pegawai Swasta	10	10.0	10.0	85.0
	Guru	2	2.0	2.0	87.0
	Pengusaha	4	4.0	4.0	91.0
	Lainnya	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden JNE di Sidoarjo berdasarkan profesinya paling banyak adalah mahasiswa 75 orang atau 75%, untuk profesi pegawai swasta adalah 10 orang atau 10%, guru adalah 2 orang atau 2%, pengusaha adalah 4 orang atau 4%, dan profesi lainnya adalah 9 orang atau 9%.

4.1.3 Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Dengan memberikan hasil ukur Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dikatakan valid dan Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dikatakan tidak valid. Nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada nilai standar maka pertanyaan tersebut valid (Signifikan).

a) Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	40.7400	48.558	.653	.915
X1.2	40.8300	50.042	.556	.919
X1.3	40.9100	47.396	.716	.913
X1.4	40.8700	47.367	.735	.912
X1.5	40.9600	47.150	.711	.913
X1.6	41.2000	46.788	.686	.914
X1.7	40.8600	47.415	.723	.912
X1.8	40.9600	47.433	.696	.913
X1.9	41.2200	47.951	.624	.917
X1.10	40.9900	46.879	.761	.911
X1.11	41.0700	48.167	.706	.913
X1.12	41.4200	49.499	.507	.922

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

X1			
Item Pertanyaan	r.hitung	r.tabel	Keterangan
1	0,653	0,3	Valid
2	0,556	0,3	Valid
3	0,716	0,3	Valid
4	0,735	0,3	Valid
5	0,711	0,3	Valid
6	0,686	0,3	Valid
7	0,723	0,3	Valid
8	0,696	0,3	Valid
9	0,624	0,3	Valid
10	0,761	0,3	Valid
11	0,706	0,3	Valid

12	0,507	0,3	Valid
----	-------	-----	-------

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel. Instrumen penelitian yang berjumlah 12 pernyataan yang telah disebarakan oleh penulis kepada 100 responden, kualitas pelayanan (X1) hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid.

b) Harga (X2)

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Uji Validitas Harga (X2)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	7.1300	2.195	.705	.633
X2.2	7.1000	2.475	.667	.682
X2.3	7.3300	2.607	.534	.818

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Item Pertanyaan	r.hitung	r.tabel	Keterangan
1	0,705	0,3	Valid
2	0,667	0,3	Valid
3	0,534	0,3	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi r hitung lebih besar

dari r tabel. Instrumen penelitian yang berjumlah 12 pernyataan yang telah disebarakan oleh penulis kepada 100 responden, kualitas pelayanan (X1) hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid.

c) Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	25.2500	24.250	.738	.931
Y.2	25.2500	24.189	.732	.932
Y.3	25.3600	23.202	.872	.922
Y.4	25.3100	23.125	.821	.925
Y.5	25.4200	23.761	.796	.927
Y.6	25.4900	23.545	.779	.928
Y.7	25.4500	24.311	.702	.934
Y.8	25.4700	23.141	.783	.928

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Y			
Item Pertanyaan	r.hitung	r.tabel	Keterangan
1	0,738	0,3	Valid
2	0,732	0,3	Valid
3	0,872	0,3	Valid
4	0,821	0,3	Valid
5	0,796	0,3	Valid
6	0,779	0,3	Valid
7	0,702	0,3	Valid

8	0,783	0,3	Valid
---	-------	-----	-------

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 setiap pernyataan menghasilkan koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel. Instrumen penelitian yang berjumlah 12 pernyataan yang telah disebarkan oleh penulis kepada 100 responden, kualitas pelayanan (X1) hasil pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan atau keajegan) alat pengumpul data (instrumen) yang digunakan. Distribusi (Tabel r) untuk $\alpha = 0,05$ atau $\alpha = 0,01$ dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$). Kemudian membuat keputusan membandingkan r_{11} dengan r_{tabel} . Adapun kaidah keputusan:

1. Jika $r_{11} > r_{tabel}$ berarti reliabel
2. Jika $r_{11} < r_{tabel}$ berarti tidak reliabel

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	12

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.791	3

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	8

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Variabel	r.hitung	r.tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,921	0,05	Reliabel
Harga (X2)	0,791	0,05	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,937	0,05	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2021

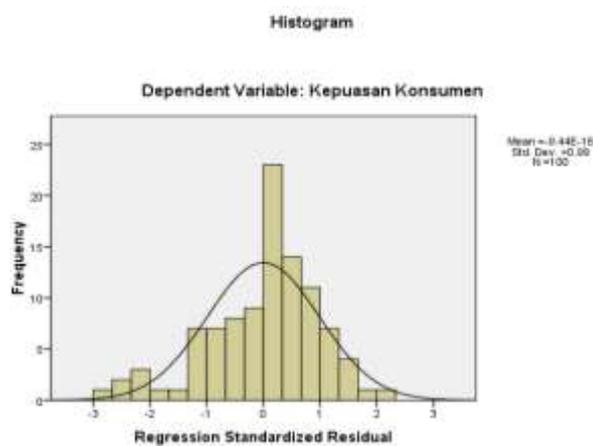
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.11, 4.12, 4.13 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas instrument penelitian untuk variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen lebih besar dari 0,05 yang artinya seluruh variabel dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan. Karena uji validitas dan uji reliabilitas dinyatakan valid dan reliable, maka instrument (kuesioner) layak untuk digunakan.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil regresi linier yang baik maka digunakan dengan uji asumsi klasik, yaitu:

1. Uji Normalitas

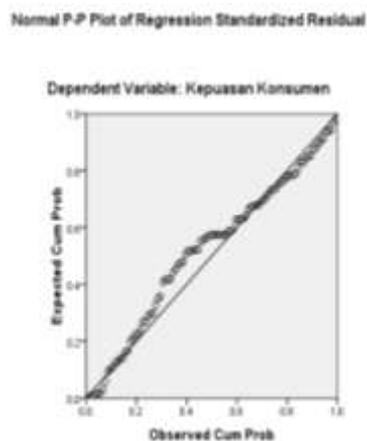
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi yang tampak pada gambar 4.3 berikut.

Gambar 4.3 Kurva Plot Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Grafik normal probability plot diatas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian yang terakhir dari uji normalitas adalah dengan uji One Sample Kolmogrov-Smirnov. Dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov Test. Kriteria pengambilan keputusan dengan menggunakan pendekatan kolmogrov-smirnov adalah sebagai berikut: (Priyastama, 2017;117)

- a. Nilai sig atau sigifikansi atau nilai probabilitas 0,05 maka distribusi data adala normal.
- b. Nilai sig atau sigifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi data adala normal

Tabel 4. 14 Sample Kolmogrov Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.01399862
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.048
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.133
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.14 uji Kolmogrov- Smirnov Test ditemukan hasil $0,133 > 0,05$ artinya data tersebut berdistribusi normal.

4.1.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear atau variabel independen dalam model regresi, pengujian ini dapat dilihat jika nilai VIF dibawah atau < 10 dan tolerance value diatas $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

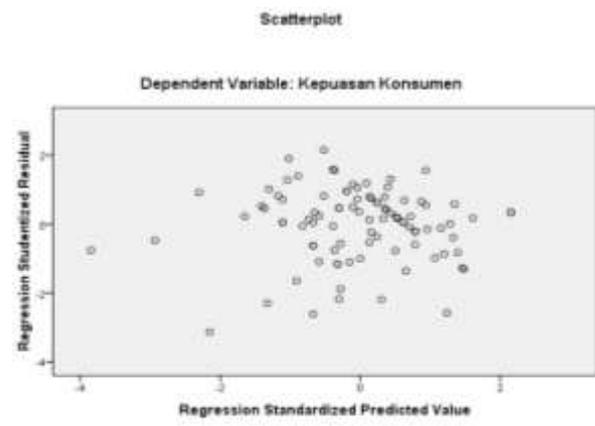
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.135	1.878		.605	.547		
	Kualitas Pelayanan	.404	.055	.549	7.337	.000	.546	1.831
	Harga	.909	.186	.365	4.880	.000	.546	1.831

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai VIF variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel harga (X2) adalah $1,831 < 10$ dan nilai tolerance value $0,546 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

4.1.4.1 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan gambar 4.4 adalah tidak terdapat heteroskedastisitas karena titik-titik menyebar tidak membentuk satu pola.

4.1.5 Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.135	1.878		.605	.547
	Kualitas Pelayanan	.404	.055	.549	7.337	.000
	Harga	.909	.186	.365	4.880	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Persamaan dari model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,135 + 0,404 (X1) + 0,909 (X2) + e$$

Persamaan regresi linier tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,135 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan harga dianggap konstan atau sama dengan nol terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 1,135.
2. Koefisien Regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,404 menyatakan bahwa Variabel kualitas pelayanan terdapat hubungan positif dengan nilai kepuasan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat berkualitas memberikan pelayanan maka semakin puas konsumen dengan jasa JNE dan begitu pula sebaliknya.
3. Koefisien Regresi harga (X2) sebesar 0,909 menyatakan bahwa Variabel harga terdapat hubungan positif dengan nilai kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berikan nilai dan manfaat maka semakin puas konsumen dengan jasa JNE dan begitu juga sebaliknya.

4.1.6 Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (F)

Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Uji F

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2136.665	2	1068.333	115.228	.000 ^a
	Residual	899.335	97	9.271		
	Total	3036.000	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil perhitungan statistic menunjukkan nilai F hitung = 115,228 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo (Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo positif dan signifikan).

2. Uji Parsial (T)

Hasil uji T dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel secara individual (parsial) variabel-variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) atau menguji signifikan konstanta dan

variabel dependen. Hasil perhitungan uji T dapat dikemukakan pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.135	1.878		.605	.547
	Kualitas Pelayanan	.404	.055	.549	7.337	.000
	Harga	.909	.186	.365	4.880	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Perhitungan untuk mencari t tabel

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t (a/2 ; n - k - 1) \\
 &= t (0,05/2 ; 100 - 2 - 1) \\
 &= t (0,025 ; 97) \\
 &= 1,98472
 \end{aligned}$$

Keterangan:

a = tingkat kepercayaan (0,05)

n = jumlah sample/ responden

k = jumlah variabel X

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) dapat dilihat dari nilai signifikan setiap variabel.

1. Pengaruh hipotesis pertama (H1)

Dari hasil perhitungan tabel 4.18 kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai t hitung $>$ t tabel atau $7,337 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh hipotesis kedua (H2)

Dari hasil perhitungan tabel 4.18 harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai t hitung $>$ t tabel atau $4,880 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi (R Square) digunakan untuk menghitung besarnya variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Uji R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.698	3.04491

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh besarnya R Square (R^2) 0,704. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

sebesar 70,4 %. Sedangkan sisanya 29,6% nilai kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun variabel yang paling dominan berpengaruh secara signifikan dalam kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan (X1) yang dikarenakan t hitung $>$ t tabel atau $7,337 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dijelaskan hal-hal berikut:

1. Philip Kotler mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh pelanggan, menurut (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2009: 111) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

2. Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuisioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen di jasa pengiriman barang PT. JNE di Sidoarjo tergolong baik memiliki 5 indikator yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Maka tercipta hasil tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $7,337 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien kualitas pelayanan 0,404 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen berarti dapat diterima atau terbukti kebenarannya dan mendukung penelitian sebelumnya.

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012:314) ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Harga adalah nilai dari suatu jasa dalam bentuk uang yang harus dikeluarkan konsumen guna mengkonsumsi jasa tersebut, sedangkan dari perusahaan harga dapat menghasilkan pendapatan.

Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuisioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan harga pada kepuasan

konsumen di jasa pengiriman barang PT. JNE di Sidoarjo tergolong baik memiliki 4 indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Maka tercipta hasil tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,880 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien harga 0,909 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen berarti dapat diterima atau terbukti kebenarannya dan mendukung penelitian sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan pada pengujian kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa pengiriman barang PT JNE di Sidoarjo.

1. Berdasarkan hasil Uji F (uji secara simultan) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen ditemukan hasil perhitungan statistic dari hasil perhitungan tabel 4.17 menunjukkan nilai F hitung = 115,228 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo (Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo positif dan signifikan). Hasil Pengujian secara parsial (Uji T) untuk kedua variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo, dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena dari hasil perhitungan tabel 4.18 kualitas

pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai t hitung $>$ t tabel atau $7,337 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman JNE tersebut. Hasil ini menggambarkan kepuasan pelanggan akan meningkat ketika kualitas pelayanan yang diberikan akan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen yang berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa tangibles (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (sikap perhatian) yang diberikan karyawan, serta fasilitas yang membuat konsumen nyaman, telah menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman JNE di Sidoarjo.

2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena dari hasil perhitungan tabel 4.18 harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai t hitung $>$ t tabel atau $4,880 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berarti

jika harga meningkat tingkat kepuasan pelanggan akan semakin menurun. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterjangkauan harga, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, dan kesesuaian harga dengan manfaat telah menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman JNE di Sidoarjo.

3. Variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan dalam kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan yang dikarenakan t hitung $>$ t tabel atau $7,337 > 1,98472$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa tangibles (bukti fisik), reability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (sikap perhatian) yang diberikan karyawan baik, serta fasilitas yang membuat konsumen nyaman, telah menjadi beberapa pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman JNE di Sidoarjo. Kualitas pelayanan yang paling dominan hal ini dikarenakan harga masih dapat dijangkau oleh pelanggan sehingga harga yang telah ditetapkan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

5.2 Saran

Berkaitan dengan penelitian ini peneliti menganalisis dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa JNE di Sidoarjo. Agar dapat memperoleh

gambaran yang lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal berikut ini:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya diharapkan bisa mencari indikator lain sebagai alat pengukur dari variabel yang akan diteliti selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak terkait sebagai bahan pertimbangan bagi para pengguna jasa pengiriman JNE dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga akan menimbulkan kepuasan tersendiri untuk memakai jasa pengiriman PT JNE oleh sebab itu diharapkan dari pihak manajemen harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Harga tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan masyarakat di kota Sidoarjo tidak terlalu mementingkan harga ongkos kirim dikarenakan selama ini harga ongkos kirim yang diberikan pada bisnis jasa pengiriman PT JNE sudah layak dan bisa dijangkau oleh masyarakat.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang PT JNE, meskipun penelitian ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cordova, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Poliklinik Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang [skripsi]*. Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17 (01). 1-13.
- Irawan, J. H. (2004). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya H., Syakir M. (2006). *Syari'ah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu*. Jakarta: Prentice Hall.

- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran, Terjemahan Hendra Teguh, Ronny A, Rusli, Benjamin Molan, jilid 1 & 2 edisi milenium*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P., Keller, KL. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen pemasaran. Jilid kedua. (10th ed)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lestari, I A. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Klinik Erha Skin Cirebon)*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Mamuaya, H I., Suradi, A. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi Pengiriman Barang PT JNE Di Semarang. *Diponegoro Law Review*, 4 (4). 1-11.
- Mardiah, A U. (2018). *Marketing Syariah Perspektif Muhammad Syakir Sula [Skripsi]*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Marius, A P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pongoh, M E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1 (4). 86-89.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: STAR UP

- Qordhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Eekonomi Islam*. Jakarta:Gema Insani.
- Riduwan & Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Setriani, M. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi*. Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syafei, R. (2000). *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2003). *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andy.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta :
PT.Raja Grafindo Persada.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D. (2009). *Service marketing (5th ed.)*.
Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Sumber Data JNE:

deliveree.com. Saran Customer Komplain JNE, J&T, Wahana,Tiki (Untuk 2021),
diakses pada 12 Februari 2021 dari
<https://www.deliveree.com/id/saran-customer-komplain-jne-jt-wahana-tiki/>).

finance.detik.com. Tarif JNE: Cara Cek Ongkir di Dalam dan ke Luar Negeri (27
Desember 2019), diakses pada 13 February 2021, dari
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4837859/tarif-jne-cara-cek-ongkir-di-dalam-dan-ke-luar-negeri>).

jne.co.id. Gambar Pelayanan Freight. diakses pada 30 April 2021, dari
<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/jaringan-jne-freight>

- jne.co.id. Layanan @box. diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/box>
- jne.co.id. Pelayanan COD JNE. diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/cod-jne>
- jne.co.id. Pelayanan Diplomat. diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/diplomat>
- jne.co.id. Pelayanan Freight (Air Freight). diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/air-freight>
- jne.co.id. Pelayanan Freight (Kepabean). diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/jasa-kepabeanan>
- jne.co.id. Pelayanan Freight (Ocean Freight). diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-freight/ocean-freight->
- jne.co.id. Pelayanan International Service. diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/international-service>
- jne.co.id. Pelayanan JESIKA (Jemput ASI Seketika). diakses pada 30 April 2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jesika>

jne.co.id. Pelayanan Logistic (Angkutan Darat). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/angkutan-darat>

jne.co.id. Pelayanan Logistic (Angkutan Laut). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/angkutan-laut>

jne.co.id. Pelayanan Logistic (Pergudangan). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/pergudangan>

jne.co.id. Pelayanan Loyalty Card (JLC). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-loyalty-card-jlc>

jne.co.id. Pelayanan Money Remittance. diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/money-remittance>

jne.co.id. Pelayanan OKE (Ongkos Kirim Ekonomis). diakses pada 30 April 2021,

dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/oke-ongkos-kirim-ekonomis>

jne.co.id. Pelayanan Online Booking (JOB). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-online-booking-job>

jne.co.id. Pelayanan Online Payment (JOP). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-online-payment-jop>

jne.co.id. Pelayanan Pesona (Pesanan Oleh-Oleh Nusantara). diakses pada 30 April

2021, dari <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/pesona-pesanan-oleh-oleh-nusantara>

jne.co.id. Pelayanan Pick-Up Point (JNE PIPO), diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-pick-up-point-jne-pipo>

jne.co.id. Pelayanan POPBOX. diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/pop-box>

jne.co.id. Pelayanan REG (Reguler). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/reg-reguler>

jne.co.id. Pelayanan Super Speed (SS). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/super-speed-ss>

jne.co.id. Pelayanan Trucking (JTR). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/jne-trucking-jtr>

jne.co.id. Pelayanan YES (Yakin Esok Sampai). diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/yes-yakin-esok-sampai>

jne.co.id. Pelayanan. diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-logistic/pergudangan>

jne.co.id. Profil Perusahaan. diakses pada 12 Februari 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/perusahaan/profil-perusahaan>)

jne.co.id. Sejarah Perusahaan. diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/perusahaan/profil-perusahaan>

jne.co.id. Sistem Informasi JNE. diakses pada 30 April 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/myjne>

jne.co.id. Syarat dan Ketentuan Pengiriman, diakses pada 15 Februari 2021, dari

<https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/syarat-dan-ketentuan-pengiriman>

juandaairport.com. Alamat Kantor Cabang JNE di Bandara Juanda Surabaya (20

Oktober 2015). diakses pada 12 February 2021, dari

<https://juandaairport.com/alamat-kantor-cabang-jne-di-bandara-juanda-surabaya.html>)

majalah.tempo.co. Musim Panen Jasa Kurir (9 Maret 2015), diakses pada 12

Februari 2021, dari <https://majalah.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/147642/musim-panen-jasa-kurir>).

radarsidoarjo.jawapos.com. Bisnis JNE Tetap Tumbuh 15 Persen (16 February 2021), diakses pada 12 February 2021, dari <https://radarsidoarjo.jawapos.com/ekonomi-bisnis/17/12/2020/bisnis-jne-tetap-tumbuh-15-persen/>).

topbrand-award.com. Top Brand Index, diakses pada 12 Februari 2021, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=jne

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BISNIS JASA JNE di SIDOARJO

(STUDY KASUS PADA PELANGGAN JNE di SIDOARJO)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb,

Perkenankanlah kami meminta ketersediaan Bapak, Ibu, Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi serta menjawab keseluruhan pertanyaan yang di dalam kuesioner penelitian mengenai "Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen JNE di Sidoarjo pada Pelanggan JNE Sidoarjo". Adapun hasil dari kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir skripsi Siti Windianti pada program sarjana di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Peneliti memahami waktu Bapak, Ibu, saudara/i sangatlah terbatas dan berharga, namun peneliti juga berharap kesediaan Bapak, Ibu, saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi secara lengkap kuesioner yang terlampir. Untuk itu diharapkan kepada para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini.

Atas waktu dan kesediaannya peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak, Ibu, saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Peneliti,

Siti Windianti

PETUNJUK PENGISIAN

1. Sebelum saudara/i menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, isilah terlebih dahulu identitas yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda centang (√) pada jawaban yang dianggap paling tepat.
3. Isilah angket dengan jujur serta penuh ketelitian. Dan terimakasih telah bersedia mengisi kuesioner ini.
4. Penilaian untuk skor adalah:

Klasifikasi	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral/ Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

IDENTITAS RESPONDEN

Mohon diisi dengan memberikan tanda centang (√) pada pertanyaan pilihan dan menjawab secara singkat dan jelas pada pertanyaan isian.

Nama :

Jenis Kelamin :

Laki-Laki

Perempuan

Usia :

18-30 Tahun

31-40 Tahun

>40 Tahun

Domisili :

Sidoarjo

Profesi :

Mahasiswa

Pegawai Swasta

Dosen

Guru

Pengusaha

Lainnya

Apakah anda pernah menggunakan jasa JNE?

Ya

Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Perlengkapan dan peralatan JNE yang memadai (alat timbang, alat ukur, alat pengepakan, peralatan elektronik)					
2	Penampilan fasilitas fisik (penampilan karyawan JNE rapi dan sopan)					
3	Kecermatan petugas JNE dalam melayani pelanggan					
4	JNE Memiliki standart pelayanan yang jelas					
5	JNE Memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan					
6	Setiap keluhan pelanggan direspon oleh karyawan JNE					
7	JNE Melayani pelanggan dengan sopan dan ramah					
8	Karyawan JNE menimbang, mengepak, dan meyiapkan barang dengan berhati-hati dan teliti					
9	Karyawan JNE memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan					
10	JNE Memprioritaskan kepentingan pelanggan					
11	JNE Memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan					
12	JNE Memberikan perhatian yang bersifat individual kepada pelanggan					

Variabel X2 (Harga)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Harga ongkir yang diberikan dari perusahaan JNE terjangkau					
2	Harga ongkir JNE yang diberikan sesuai dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan					
3	Perusahaan JNE memberikan diskon di aplikasi My JNE					
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)						
No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Kualitas pelayanan dan harga ongkir JNE yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan					
2	Penampilan dan kinerja karyawan JNE rapi dan cekatan					
3	Minat menggunakan kembali karena kualitas pelayanan yang diberikan JNE memuaskan					
4	Minat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diberikan JNE sesuai					
5	Minat berkunjung kembali karena fasilitas JNE pemunjang memadai					
6	Merekomendasikan JNE kepada teman karena pelayanan sangat bagus					

7	Merekomendasikan JNE kepada teman karena harga ongkir terjangkau					
8	Merekomendasikan JNE kepada teman karena fasilitas yang disediakan sangat enak/ memadai					

Atas waktu dan kesediaannya peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak, Ibu, saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini, semoga dalam penelitian ini bisa bermanfaat bagi kita semuanya.

Lampiran 1. 2 Form Penelitian

The image displays three sequential screenshots of a Google Forms questionnaire titled "Kuesioner Penelitian Skripsi".

Section 1 (Bagian 1 dari 4): The title "Kuesioner Penelitian Skripsi" is centered. Below it, a paragraph of introductory text explains the purpose of the research, mentioning the "Customer Care" service and the "JNE" brand. The text is in Indonesian and describes the study's focus on customer service quality.

Section 2 (Bagian 2 dari 4): Titled "Petunjuk Pengisian" (Instructions for Filling Out), it lists five numbered instructions in Indonesian:
1. Isikan saudara/i dengan daftar pernyataan yang telah disajikan, tidak terlewat dalam mengisi yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda centang (✓) pada jawaban yang dianggap paling tepat.
3. Isilah angket dengan jujur tanpa penyuhan/kebohongan. Dan bermaksud betul beres-beres menjawab es.
4. Penilaian untuk skripsi adalah:
STS (Sangat Tidak Sesuai) = 1, TS (Tidak Sesuai) = 2, H (Hampir Sesuai) = 3, S (Sesuai) = 4, SS (Sangat Sesuai) = 5

Section 3 (Bagian 3 dari 4): Titled "Identitas Responden" (Respondent Identity), it contains three input fields:
- "NAMA *": A text box with the placeholder "Tulis jawaban singkat".
- "JENIS KELAMIN *": A radio button selection between "LAKILAKI" and "PEREMPUAN".
- "USIA *": A radio button selection between "18-30 Tahun", "31-40 Tahun", and ">40 Tahun".

docs.google.com/forms/d/2g4wE1hw4Ntmg8W6Ag-FPCFwUQuAG2wQ280UwK

Kuesioner Penelitian Skripsi

Persepsi... Jawaban 1/1

DOMESTI *

Tidak

PROFESI *

Mahasiswa

Pegawai Swasta

Dokter

Guru

Pengusaha

Lainnya

Nomor HP *

Tela pekerja singkat

docs.google.com/forms/d/2g4wE1hw4Ntmg8W6Ag-FPCFwUQuAG2wQ280UwK

Kuesioner Penelitian Skripsi

Persepsi... Jawaban 1/1

Apakah anda pernah menggunakan jasa JNE? *

Ya

Sebelum bagian 2. Kembali ke bagian berikut

Bagian 4 dari 4

Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

Peringkat untuk skor adalah (STS (Sangat Tidak Baik) = 1, TS (Tidak Baik) = 2, M (Berkas) = 3, S (Baik) = 4, SB (Sangat Baik) = 5)

Perengkapan dan peralatan JNE yang memadai (alat timbangan, alat ukur, alat pengemasan, peralatan elektronik)

1 2 3 4 5

docs.google.com/forms/d/2g4wE1hw4Ntmg8W6Ag-FPCFwUQuAG2wQ280UwK

Kuesioner Penelitian Skripsi

Persepsi... Jawaban 1/1

Penyediaan fasilitas fisik (penyediaan karyawan JNE rapi dan sopan) *

1 2 3 4 5

Kecekatan petugas JNE dalam melayani pelanggan *

1 2 3 4 5

JNE Memiliki standart pelayanan yang jelas *

1 2 3 4 5

← → 🔍 docs.google.com/forms/d/1ZgJmE7Hw4d8H9gE89gFP0huOwAG2wD8KwW1

Kustomer Penelitian Skripsi

Pertanyaan Jawaban 117

Setiap = 5

Harga ongkir yang diberikan dari perusahaan JNE terjangkau *

1 2 3 4 5

Harga ongkir JNE yang diberikan sesuai dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan *

1 2 3 4 5

Perusahaan JNE memberikan diskon di aplikasi My JNE *

1 2 3 4 5

Polis asuransi

Polis asuransi

← → 🔍 docs.google.com/forms/d/1ZgJmE7Hw4d8H9gE89gFP0huOwAG2wD8KwW1

Kustomer Penelitian Skripsi

Pertanyaan Jawaban 118

Langkah 1 dari 6

Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Penilaian untuk skor akhir:
 (STS (Sangat Tidak Setuju) = 1, TS (Tidak Setuju) = 2, N (Netral/ Ragu-Ragu) = 3, S (Setuju) = 4, SS (Sangat Setuju) = 5)

Kualitas pelayanan dan harga ongkir JNE yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan *

1 2 3 4 5

Pemilihan dan kinerja karyawan JNE rapi dan cekatan *

1 2 3 4 5

Polis asuransi

← → 🔍 docs.google.com/forms/d/1ZgJmE7Hw4d8H9gE89gFP0huOwAG2wD8KwW1

Kustomer Penelitian Skripsi

Pertanyaan Jawaban 119

Merekomendasikan JNE kepada teman karena pelayanan sangat bagus *

1 2 3 4 5

Merekomendasikan JNE kepada teman karena harga ongkir terjangkau *

1 2 3 4 5

Merekomendasikan JNE kepada teman karena fasilitas yang disediakan sangat baik/mudah *

1 2 3 4 5

Polis asuransi

Lampiran 1. 3 Jawaban Kuesioner Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan (X1)												Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	43
4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	41
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
4	4	5	3	4	3	4	2	4	4	4	4	45
3	5	1	1	1	1	1	3	2	1	3	2	24
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	3	43
3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	33
4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	43
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	52
5	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	45
5	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	47
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	55
4	3	3	3	4	2	4	3	2	3	4	2	37
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	45
1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	18
4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	51
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	43
4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	49
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	52
5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	48
4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	51
4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	55
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	46
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	52
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	46
4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	38
3	3	4	5	4	2	5	3	2	1	3	2	37
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	56
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	3	3	4	2	3	3	4	5	4	5	1	42
3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	39
4	5	4	4	2	3	4	3	2	4	4	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	53
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	50
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	47
4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	50
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	47
2	4	3	4	1	2	3	4	2	2	2	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	41
5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	47
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	49
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	42
3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	44
4	3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	45
4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	33
5	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	42
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	43
5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	46
3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	2	3	41
4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	42
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	39
5	5	5	4	3	2	5	5	1	5	3	4	47
5	4	5	5	5	1	5	5	2	3	4	4	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	53
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	1	48
5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	55
2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	24
4	4	4	5	3	3	5	5	3	4	4	3	47
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	40
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	42
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	54
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	3	3	3	2	3	3	3	1	41
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	40
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	29
4	3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	45

5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	44
4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	53
4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	41

Lampiran 1. 4 Jawaban Kuesioner Harga (X2)

Harga (X2)			Total X2
X2.1	X2.2	X2.3	
5	5	5	15
4	3	3	10
3	4	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
2	3	3	8
4	4	3	11
3	3	3	9
3	4	3	10
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	5	14
3	4	4	11
4	4	3	11
4	3	2	9
2	2	2	6
1	1	1	3
4	4	4	12
4	4	3	11
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
3	4	3	10
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	4	12
3	4	3	10
3	3	4	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
2	2	3	7

3	3	4	10
5	4	5	14
4	4	4	12
4	3	5	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
5	5	3	13
4	4	4	12
3	3	3	9
5	5	5	15
3	4	3	10
4	4	4	12
4	5	3	12
4	4	3	11
3	3	3	9
3	4	1	8
4	4	4	12
3	2	2	7
4	4	4	12
4	4	3	11
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	3	11
5	4	4	13
3	3	3	9
4	3	3	10
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	3	11
4	3	2	9
4	4	3	11
4	4	4	12
5	5	4	14
3	3	2	8
5	2	5	12
2	3	5	10
3	3	3	9
4	5	3	12
4	4	3	11
5	4	4	13
2	2	1	5
4	4	5	13
3	4	4	11
2	4	4	10
4	4	4	12
3	3	3	9
3	4	3	10
5	5	3	13
3	3	4	10

4	5	4	13
5	3	3	11
2	2	3	7
2	2	4	8
4	4	3	11
2	2	2	6
3	3	3	9
3	4	4	11
3	4	2	9
5	5	5	15
5	5	4	14
3	3	3	9

Lampiran 1. 5 Jawaban Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen (Y)								Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	4	3	3	3	3	26
4	4	4	4	3	3	4	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	5	4	33
1	1	1	1	1	1	3	1	10
4	5	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	3	3	3	3	3	3	26
4	3	3	3	5	4	3	5	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	2	3	3	2	3	3	21
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	3	3	3	4	28
4	3	3	3	3	3	2	3	24

3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	5	5	5	4	4	4	4	35
3	4	4	4	4	2	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	3	3	3	29
3	4	3	3	3	3	3	3	25
4	2	4	2	2	3	3	2	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	3	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	3	3	4	3	26
5	4	4	5	4	3	4	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	4	4	3	2	3	26
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	3	3	3	4	4	29
3	4	3	3	3	3	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	4	34
3	3	3	3	4	4	4	4	28
5	5	3	5	5	2	2	5	32
4	3	4	4	4	3	5	5	32
4	4	3	3	3	3	3	3	26
4	5	4	4	4	4	4	4	33

4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	5	4	4	4	4	5	4	34
3	2	2	1	1	1	2	2	14
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	3	3	3	3	3	3	3	25
2	4	4	4	4	4	3	4	29
4	4	4	4	3	3	3	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	3	3	4	3	3	27
4	5	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	2	2	4	2	4	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	2	2	2	21
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	4	4	3	4	30
3	3	3	3	3	3	2	3	23
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	4	5	5	4	37
3	3	2	2	2	2	2	2	18

Lampiran 1. 6 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden

Timestamp	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	DOMISILI	PROFESI	Nomor HP	Apakah anda pernah menggunakan jasa JNE?
5/7/2021 14:39:44	Willy	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085939325269	YA
5/7/2021 14:44:26	Edy	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082131401958	YA
5/7/2021 14:45:12	Reynaldi Dwi Prastio	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085746085886	YA
5/7/2021 14:45:28	Naufal	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085732622745	YA
5/7/2021 14:46:49	M. ZAINUL ARIFIN	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	083831787450	YA
5/7/2021 14:48:34	M Sahril kirom	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	5	0895617206808	YA
5/7/2021 14:50:47	Lit	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089515738841	YA
5/7/2021 14:51:31	Eki Puji Absari	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089685256285	YA
5/7/2021 14:51:53	Tri Buana	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085732774035	YA
5/7/2021 14:53:45	sudarman prasetya wibowo	1	31-40 Tahun	Sidoarjo	4	081288855120	YA
5/7/2021 14:57:16	Ikkal	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085718895503	YA
5/7/2021 14:57:52	Nadiyah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082335857269	YA
5/7/2021 15:03:21	Syahdatul Febi	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082257080587	YA
5/7/2021 15:06:30	ADE PUTRA AKBAR	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085859118099	YA
5/7/2021 15:08:19	Dimas Kusuma Darmaga Putra	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085156030449	YA
5/7/2021 15:22:01	Annisa Luthfiyatur	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081554514425	YA
5/7/2021 15:27:22	Wardah Fathiyah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081336238398	YA
5/7/2021 15:37:36	Idhofi	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081230367073	YA
5/7/2021 15:46:05	Indana Zulfa	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089637620184	YA
5/7/2021 16:02:55	Miftahul Azizah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895609995878	YA

5/7/2021 16:31:04	Fitri Novita	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081234717324	YA
5/7/2021 16:41:24	Nor Cahyo Dwi	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	082231503313	YA
5/7/2021 16:43:28	Funky Firmanto	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089677816601	YA
5/7/2021 16:44:50	Suhefi	1	31-40 Tahun	Sidoarjo	2	0895349980084	YA
5/7/2021 18:22:34	Roudlotul Jannah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	08884965454	YA
5/7/2021 18:22:48	ihsan	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081291088741	YA
5/7/2021 18:27:23	Septina	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089699782371	YA
5/7/2021 23:33:46	Dwi Noer Hidayati	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	082257339003	YA
5/8/2021 12:17:51	pramita khoirun nisa	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	0895623377056	YA
5/8/2021 12:36:11	Nur Lailatul Habibah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089677159427	YA
5/8/2021 13:15:34	Ukhi ade irma	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	083854973860	YA
5/8/2021 13:30:53	Olivia	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089503624339	YA
5/8/2021 14:05:12	Dinda	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	085338423384	YA
5/8/2021 14:22:48	Laili nur hamida	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0857-3687- 1770	YA
5/8/2021 15:22:07	Nurul Aini Irawati	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	087865143373	YA
5/8/2021 16:51:22	Slamet	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085669281675	YA
5/8/2021 18:17:51	Yuniar cantik banget 👍	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089696841591	YA
5/8/2021 19:28:46	Dwi putri rahayu	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085852964213	YA
5/8/2021 21:54:36	Puput Erika Sari	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085607871580	YA
5/8/2021 22:22:04	Afif	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	5	089605370862	YA
5/8/2021 23:24:20	Prayogi darmawan	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	08977394275	YA
5/8/2021 23:25:06	Findi marsela	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	0895366393345	YA
5/8/2021 23:27:48	Rahmawati Fitri Awalia	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089676326785	YA
5/8/2021 23:30:55	Asita RA	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081937063308	YA

5/8/2021 23:32:02	Afifah tri A.H.A	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	085755514241	YA
5/8/2021 23:37:18	Endah Dwi Utari	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	4	081248580060	YA
5/8/2021 23:39:08	Moch. Rafi Suwanto	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089681258881	YA
5/8/2021 23:51:42	Viki	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	1	YA
5/8/2021 23:54:47	Nita Rahmasari	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	0895337069660	YA
5/9/2021 2:54:38	Defi r	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0	YA
5/9/2021 3:11:11	Huda	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	12345678	YA
5/9/2021 4:05:10	Dwi Riski Miftahul Jannah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085784055026	YA
5/9/2021 8:06:38	Rina Yulianti	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895630903696	YA
5/9/2021 8:55:09	Erza	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	08989031000	YA
5/9/2021 13:04:06	Amik	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	08983613209	YA
5/9/2021 13:33:09	FIRSTANIA AZIZAH	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	083830165153	YA
5/9/2021 13:33:30	Melany ekha septiyana	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	0881026598010	YA
5/9/2021 18:22:52	Lina Lisdiyanti Wulandari	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089503112136	YA
5/9/2021 18:37:07	Fifi rimelda	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082230662001	YA
5/9/2021 18:44:02	Vika Meidiana	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085655299319	YA
5/9/2021 18:46:14	Septandhiy	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	5	085755707783	YA
5/9/2021 19:19:52	Mochamd Sofwan Agil	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	088804988560	YA
5/9/2021 19:43:24	Hafidah nurul hidayati	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085607296024	YA
5/9/2021 20:02:15	Mochammad okta priyatama	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895397783959	YA
5/9/2021 20:06:56	Reza	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081216694601	YA
5/9/2021 21:50:44	Fery	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895621088105	YA
5/9/2021 22:42:08	Dinda	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	08814377021	YA
5/10/2021 0:19:57	Pebrian Adi Wardana	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	0895364827013	YA

5/10/2021 4:36:57	Chamlah Ayatillah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082245450852	YA
5/10/2021 10:08:51	Fatma	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	089612353827	YA
5/10/2021 10:37:34	Tyas	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895321270641	YA
5/10/2021 13:13:47	Nur Lailia z	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081392497161	YA
5/10/2021 13:35:17	Nur Aisyah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082265136642	YA
5/10/2021 13:41:53	Suniya	2	40 Tahun	Sidoarjo	6	081556950559	YA
5/10/2021 13:44:30	Kemat	1	40 Tahun	Sidoarjo	5	085850117320	YA
5/10/2021 14:02:11	Triyas Ayu Serlian	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	08980308883	YA
5/10/2021 14:03:38	Fitri indriansyah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	081331076063	YA
5/10/2021 14:16:54	Angel imoet teman 3	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085236699880	YA
5/10/2021 14:25:46	Mukholifah	2	31-40 Tahun	Sidoarjo	2	085655528806	YA
5/10/2021 14:31:57	Dinar	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081555307898	YA
5/10/2021 15:50:42	Rizky	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	6	08972136343	YA
5/10/2021 16:16:32	Giovania	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081	YA
5/10/2021 19:38:16	Lailidewi	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	087856458525	YA
5/10/2021 20:02:55	Vira Anisya	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085815358787	YA
5/10/2021 20:16:53	FAHMA SHIHSALAMADHINA	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082337053033	YA
5/10/2021 20:44:36	Lilik ning yuli astutik	2	31-40 Tahun	Sidoarjo	6	081333444012	YA
5/10/2021 21:19:16	Prithvi Rahmatul Ainiyyah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082244255562	YA
5/10/2021 21:19:21	Feliyani Riskeyati	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081333064964	YA
5/10/2021 21:28:39	Putri oktaviane	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081252595220	YA
5/10/2021 21:31:57	Filsah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081234075371	YA
5/10/2021 21:37:13	Rosa Fatmawati	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	083115771396	YA
5/10/2021 21:43:16	Lafridha Alyazahari	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089626838320	YA

5/10/2021 21:47:05	Alvina praha laili	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	081391443669	YA
5/10/2021 21:53:36	Khabiba Akhlaili	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	085608607006	YA
5/11/2021 9:44:59	Mochammad okta priyatama	1	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895397783959	YA
5/11/2021 9:45:46	Ruth kayame	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	082253251071	YA
5/11/2021 14:56:13	Farah	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0895339539513	YA
5/11/2021 16:49:54	Nisrina Magisteria	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	2	082332499207	YA
5/11/2021 21:29:04	ELOK PUJI LESTARI SATURI	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	0881026177538	YA
5/12/2021 13:49:08	Sekar	2	18-30 Tahun	Sidoarjo	1	089515762950	YA

Keterangan:

Jenis Kelamin

1. = Laki-Laki
2. = Perempuan

Profesi

1. = Mahasiswa
2. = Pegawai Swasta
3. = Dosen
4. = Guru
5. = Pengusaha
6. = Lainnya

Lampiran 1. 7 Biodata Peneliti**BIODATA PENELITI**

Nama Lengkap : Siti Windianti

Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 4 September 1998

Alamat Asal : Suko Legok RT 14 RW 05 Gang Murai,
Sukodono-Sidoarjo

Alamat Kos : Perumahan Sigura-gura jl. Simpang S Kalijaga III
B4/9, Malang

Telepon/ HP : 089663390598

E-mail : sitiwindianti98@gmail.com

Facebook : Windi (Siwin)

Pendidikan Formal

2003-2005 : RA Muslimat Nurul Islam

2005-2011 : SDN Suko

2011-2014 : SMP YPM 1 Taman

2014-2017 : SMA Wachid Hasyim 2 Taman

2017-2021 : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Pendidikan Non Formal

2017-2018 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
Maliki Malang

2018 - 2019 : English Language Center (ELC) UIN Maliki
Malang

Pengalaman Organisasi

- Panitia (Media) Manajemen Fiesta tahun 2018
- Anggota Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Maliki tahun 2018
- Panitia (Humas) RAT (Rapat Anggota Tahunan) XIX Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Maliki tahun 2019

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) UIN Malang Tahun 2017
- Peserta Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Sosialisasi Jurusan Manajemen UIN Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Kegiatan Sosialisasi Manasik Haji Untuk Mahasantri Pusat Ma'had Al-Jami'ah UIN Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Seminar Nasional “*Build Your Digital Business and be Millennia Entrepreneur*” UIN Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Seminar Nasional “*Be Creative In Your Passion*” UIN Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Seminar Nasional “*Succes to be Entrepreneur*” UIN Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Kuliah Umum “Peran Perbankan Syariah dalam Menunjang Financial Technology Perguruan Tinggi” UIN Maliki Malang Tahun 2018
- Peserta Workshop “Membangun Kompetensi Sejak Muda” Sahabat Muda Malang Tahun 2018

- Peserta Acara “Relaunching Galeri Investasi Syariah dan Sosialisasi Pasar Modal” UIN Maliki Malang Tahun 2018
- Peserta Seminar Internasional “*The 6th International Conference of Islamic Economics & Business (ICONIES)*” UIN Maliki Malang Tahun 2018
- Peserta Kuliah Tamu “Menumbuhkan Jiwa Wirausaha yang Kreatif, Inovatif, dan Mandiri” UIN Maliki Malang Tahun 2018
- Peserta Seminar Nasional Manajemen Fiesta “Aktualisasi Nilai-Nilai Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi Di Era Milenial” UIN Maliki Malang Tahun 2018
- Peserta Seminar Nasional “Create A Better Future With Scholarship” Universitas Brawijaya Malang Tahun 2018
- Peserta Pendidikan dan Pelatihan Dasar Koperasi (DIKLATSARKOP XIX) UIN Maliki Malang Tahun 2018
- Peserta Seminar Nasional “*Becoming Creativepreneur From Zero In Digital Area*” UIN Maliki Malang Tahun 2019
- Peserta Workshop “Pelapak Online: Meraup Laba Melalui Bisnis Online” UIN Maliki Malang Tahun 2019
- Peserta Workshop “Wardah Bright Days” UIN Maliki Malang Tahun 2019
- Peserta Seminar Online “Peran Orang Tua dalam Meningkatkan Motivasi Anak di Era New Normal” Universitas Negeri Manado tahun 2020
- Peserta Seminar Online “Bibliometric Analysis of The Use of Insects in Biology Learning” Universitas Negeri Manado tahun 2020
- Peserta Seminar Online “Penguatan Ketrampilan Metakognitif Strategi RQA Konsep Genetika Secara Daring di Era New Normal” Universitas Negeri Manado tahun 2020

- Peserta Seminar Online “Kajian Epigenetik Pada Perkembangan Ternak Babi Hasil Superovulasi” Universitas Negeri Manado tahun 2020
- Peserta Seminar Online “Pengembangan Model PBL Berbasis Multimedia di Era New Normal” Universitas Negeri Manado tahun 2020
- Peserta Seminar Online “Peran Persekolahan Swasta Dalam Membentuk Insan Cerdas Indonesia” Universitas Negeri Manado tahun 2020
- Peserta Seminar Online “Menulis Karya Ilmiah di Masa Pandemi Covid-19” Universitas Negeri Manado tahun 2020
- Peserta Pelatihan Online “Tetap Terhubung Dengan Pelanggan Anda Melalui Google Bisnisku” Gapura Digital tahun 2020
- Peserta Workshop BI Corner Training Skill Perpustakaan Pusat UIN Malang tahun 2020
- Peserta Creative Talk “Eksis Berkarya dan Kreatif di Era Pandemi” Bank Indonesia Malang tahun 2020
- Peserta Program Online “Trik Cepat Mengubah Hidup Menjadi Sumber Motivasi dan Isnpirasi” Revolution Mind Indonesia tahun 2020
- Peserta Webinar Series “Pengembangan Potensi Kekayaan Intelektual (KI) di Era New Normal” Universitas Wisnuwardhana Malang tahun 2020
- Peserta Pelatihan SPSS di Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2020

Malang, 12 Juni 2021

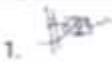


Siti Windianti

Lampiran 1. 8 Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

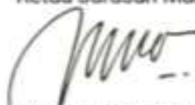
Nama : Siti Windianti
 NIM/ Jurusan : 17510017/ Manajemen
 Pembimbing : Dr. Lailatul Farida, S.Sos. M.AB
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa JNE di Sidoarjo
 (Study Kasus Pada Pelanggan JNE di Sidoarjo)

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	2 Oktober 2020	Pengajuan Outline	1. 
2.	5 Desember 2020	Revisi Proposal	2. 
3.	21 Januari 2021	Melengkapi dan ACC Proposal	3. 
4.	11 Februari 2021	Revisi Proposal Selesai Sempro	4. 
5.	22 Februari 2021	ACC Proposal yang telah diseminarkan	5. 
6.	23 April 2021	Mengumpulkan Kuesioner Penelitian	6. 
7.	6 Mei 2021	Revisi Kuesioner Penelitian	7. 
8.	24 Mei 2021	Bimbingan BAB 4 dan BAB 5	8. 
9.	28 Mei 2021	ACC Keseluruhan	9. 

Malang, 8 Juni 2021

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen,



Drs. Agus Sucipto, MM., CRA

NIP 196708162003121001

Lampiran 1. 9 Bukti Turnitin Skripsi

Cek Plagiasi Skripsi

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
2	www.kajianpustaka.com Internet Source	1%
3	www.viewebstats.com Internet Source	1%
4	www.fastpay.co.id Internet Source	<1%
5	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1%
6	petrussamo.wordpress.com Internet Source	<1%
7	repository.syekh Nurjati.ac.id Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
9	Repository.umy.ac.id Internet Source	<1%

10	www.deliverree.com Internet Source	<1 %
11	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
12	repository.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %
13	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
15	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
16	elibrary.ub.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper	<1 %
18	jurnal.upi.edu Internet Source	<1 %
19	www.infodiknas.com Internet Source	<1 %
20	Safirah Ramadhaniati, Evi Susanti, Arjuna Wiwaha, Isthi Wahyuning Tyas. "Effect of Service Quality and Price on Customer	<1 %

Satisfaction", International Journal of Digital
Entrepreneurship and Business, 2020

Publication

21	muhariefeffendi.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
22	juandaairport.com Internet Source	<1 %
23	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
24	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
25	www.neliti.com Internet Source	<1 %
26	invationz.blogspot.com Internet Source	<1 %
27	makalahmajannaii.blogspot.com Internet Source	<1 %
28	radarlampung.co.id Internet Source	<1 %
29	repository.upi-yai.ac.id Internet Source	<1 %
30	Ilfam Yaksi, Kokom Komariah, Asep M. Ramdan. "Determinasi Jaminan Layanan dan Perceived Quality terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Honda	<1 %

AHASS 0501", Journal of Management and
Bussines (JOMB), 2019

Publication

31	Submitted to Universitas Nasional	<1%
	Student Paper	
32	Submitted to Asia e University	<1%
	Student Paper	
33	jurnal.syntaxtransformation.co.id	<1%
	Internet Source	
34	Dhea Febriana Elmiliasari. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri", Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2020	<1%
	Publication	
35	eprints.perbanas.ac.id	<1%
	Internet Source	
36	issuu.com	<1%
	Internet Source	
37	Submitted to Pasundan University	<1%
	Student Paper	
38	jurnalmandiri.com	<1%
	Internet Source	
39	repository.iainambon.ac.id	<1%
	Internet Source	

40	RETNO AYU MULFI. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LOGISTIK PADA PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DI KOTA GRESIK", MANAJERIAL, 2018 Publication	<1%
41	hot.liputan6.com Internet Source	<1%
42	scholar.unand.ac.id Internet Source	<1%
43	thesis.binus.ac.id Internet Source	<1%
44	Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen", PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 2021 Publication	<1%
45	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	<1%
46	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1%
47	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1%
	e-journal.uajy.ac.id	

48	Internet Source	<1 %
49	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
50	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	<1 %
51	e-journal.akesrustida.ac.id Internet Source	<1 %
52	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
53	ilmuwanmuda.wordpress.com Internet Source	<1 %
54	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
55	Submitted to Universitas Hasanuddin Student Paper	<1 %
56	dodogusmao.wordpress.com Internet Source	<1 %
57	www.razonewane.com Internet Source	<1 %
58	ojs.polinpdg.ac.id Internet Source	<1 %
59	olah-data-statistik-spss.com Internet Source	

		<1 %
60	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
61	sbisrvntweb.uqac.ca Internet Source	<1 %
62	Helmi Haris, Nur Said Irham T. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta)", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2012 Publication	<1 %
63	Somadi Somadi, Angelita Claudia Sijinjak. "Strategi Peningkatan Layanan Kantor Pos Bandung 40000", Jurnal Logistik Bisnis, 2021 Publication	<1 %
64	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id Internet Source	<1 %
65	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
66	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
67	zombiedoc.com Internet Source	<1 %

68	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
69	fe.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
70	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
71	I Gede Witayasa, I Nyoman Sudiarta. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI F&B SERVICE DEPARTEMENT NUSA DUA BEACH HOTEL BALI", Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 2020 Publication	<1 %
72	publikasi.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
73	www.kuittho.edu.my Internet Source	<1 %
74	Deddy Rakhmad Hidayat, Peridawaty. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan", Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 2020 Publication	<1 %
75	Sukri Sukri. "PENGARUH WI-FI TERHADAP MOTIVASI MAHASISWA MENYELESAIKAN	<1 %

TUGAS AKHIR", Rabit : Jurnal Teknologi dan
Sistem Informasi Univrab, 2017

Publication

76	fr.slideshare.net	Internet Source	<1%
77	journal.umgo.ac.id	Internet Source	<1%
78	repository.unej.ac.id	Internet Source	<1%
79	repository.unj.ac.id	Internet Source	<1%
80	viozaax.wordpress.com	Internet Source	<1%
81	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2019	Publication	<1%
82	digilib.uin-suka.ac.id	Internet Source	<1%
83	eprints.umg.ac.id	Internet Source	<1%

84	febi.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%
85	fpsilove.blogspot.com Internet Source	<1%
86	fr.scribd.com Internet Source	<1%
87	library.binus.ac.id Internet Source	<1%
88	ojs.ikipmataram.ac.id Internet Source	<1%
89	skripsistie.files.wordpress.com Internet Source	<1%
90	www.indonesianewnormal.id Internet Source	<1%
91	Ahmad Nur Rizal, Asep Saepul Alam, Fira Wahyuni. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS MERAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi KAAsus di CV. PURE Cianjur)", AGRITA (AGri), 2020 Publication	<1%
92	Soehardi Soehardi. "Faktor Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Turis Di Tanjung Lesung Provinsi Banten", Jurnal Kajian Ilmiah, 2021 Publication	<1%

93	eprints.mdp.ac.id Internet Source	<1%
94	majalah.tempo.co Internet Source	<1%
95	uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
96	www.x3-prima.com Internet Source	<1%
97	ELLA ISDA ALFA SETIA DIATY. "PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUMAHAN PONDOK PERMATA SUCI GRESIK", MANAJERIAL, 2018 Publication	<1%
98	Yuliani Karlina, Asep Kurniawan, Indah Umiyati. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MELAKUKAN PENGGELAPAN PAJAK", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021 Publication	<1%
99	Tegar Maulidi Putra, Asep M. Ramdan, Faizal Mulia. "Analisis E-Service dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Website", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2019 Publication	<1%

100 Zunita Rohmawati. "KUALITAS, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2018
Publication

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Lampiran 1. 10 Surat Keterangan Bebas Plagiarism



**KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Siti Windianti
NIM : 17510017
Handphone : 089663390598
Konsentrasi : Pemasaran
Email : sitiwindianti98@gmail.com
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa JNE di Sidoarjo (Study Pada Pelanggan JNE di Sidoarjo)"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
15%	13%	3%	4%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juli 2021
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001