

# Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir Agen Panam Pekanbaru dengan Metode *Service Quality*

Annisa Putri Rahima<sup>1</sup>, Fitriani Surayya Lubis<sup>2</sup>, Misra Hartati<sup>3</sup>

<sup>12</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Alamat, Jl. H.R Soebrantas No 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru

e-mail: <sup>1</sup>annisalubisputri@gmail.com, <sup>2</sup>fitriani.surayya.l@uin-suska.ac.id, <sup>3</sup>misrahartati@gmail.com

## Abstrak

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanaan/impur kiriman barang dan dokumen juga pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Permasalahan yang terjadi pada perusahaan ini yaitu kualitas pelayanan yang kurang baik seperti terjadinya keterlambatan dalam pengiriman barang, salah dalam pengiriman barang, tertukarnya paket dengan tetangga, untuk pengiriman ke desa-desa sangat susah dijangkau dan terjadinya kenaikan ongkos kirim. Tujuan penelitian dari untuk mengetahui kepuasan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *servqual* dan regresi linear. Metode *servqual* untuk melihat tingkat kepuasan konsumen dan metode regresi linear digunakan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan. Berdasarkan penelitian yang diperoleh bahwa hasil nilai yang diperoleh negatif dengan demikian secara keseluruhan dimensi konsumen belum memperoleh kepuasan dari layanan yang di berikan. Dengan kualitas pelayanan dari lima dimensi mendapatkan nilai signifikan yaitu kurang dari 0,05 sehingga dimensi pada metode *servqual* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

**Kata kunci:** Pengaruh Kualitas, Regresi Linear, *Servqual*

## Abstract

PT Tiki Lintas Nugraha Ekakurir or JNE's business activities are centered on handling customs activities/importation of goods and documents as well as their delivery from abroad to Indonesia. delivery of goods, exchange of packages with neighbors, delivery to villages is very difficult to reach and there is an increase in shipping costs. The purpose of the study was to determine customer satisfaction and the effect of service quality on consumers. The method used in this research is *servqual* and linear regression. The *servqual* method is used to see the level of customer satisfaction and the linear regression method is used to see the effect of service quality. Based on the research, it was found that the results of the values obtained were negative, thus the overall dimensions of consumers have not received services that meet consumer expectations or consumers have not obtained satisfaction from the services provided. With the service quality of the five dimensions get a significant value that is less than 0.05 so that the dimensions of the *servqual* method have a significant influence on service quality.

**Keywords:** Quality Effect, Linear Regression, *Servqual*

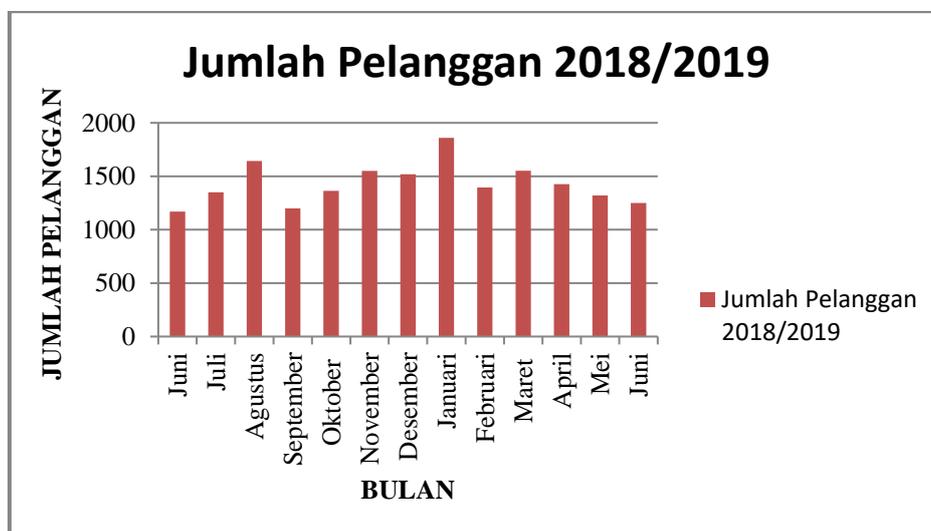
## 1. Pendahuluan

Keberadaan transportasi menjadi barang penting dalam pemenuhan kebutuhan hidup setiap orang dimuka bumi ini, terlebih segala jenis transportasi tidak hanya untuk keperluan manusia berpindah tempat namun juga mengangkut barang dalam jumlah kecil maupun besar. Dengan adanya keberagaman jenis transportasi maka sebagian orang memanfaatkannya sebagai ladang bisnis yaitu salah satunya adalah jasa angkutan untuk pengiriman barang (ekspedisi) baik dalam negeri maupun luar negeri.

JNE merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang importasi barang beserta dokumen. Perusahaan JNE ini telah mengirimkan produknya ke dalam dan luar negeri. Produk jasa yang ditawarkan oleh JNE Agen Panam yaitu JNE Regular merupakan jasa pengiriman ekspres, JNE YES (Yakin Esok Sampai) dengan tujuan pengiriman semalam yang dinamakan

jasa pengiriman premium, jasa JNE memiliki beberapa pengaruh terhadap cuaca dan jasa penerbangan. JNE memiliki komitmen terhadap pelanggannya berupa garansi uang kembali.

Berikut ialah hasil data mengenai jumlah konsumen JNE Agen Panam:



Gambar 1. Data Pelanggan JNE

Data Pelanggan JNE Agen Panam (Juni 2018 - Juni 2019). Berdasarkan data dilihat dari konsumen yang tidak stabil setiap bulannya, adapun meningkatnya konsumen di bulan Agustus dan Januari. Agen JNE Panam berkomitmen untuk menarik minat konsumen dan menjaga persaingan bisnis mereka dibidang bisnis jasa. Pada tahun 2019, terjadi kenaikan biaya pengiriman di JNE sehingga banyak konsumen yang mengeluhkan kenaikan biaya pengiriman.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor yang sangat pengaruh terhadap kualitas pelayanan. Keunggulan kompetitif terhadap kualitas pelayanan bagi perusahaan jasa. Kunci keberhasilan terdapat pada kualitas layanan. Tergantungnya konsisten perusahaan dapat dilihat dari kualitas pelayanan barang. Terkait konsistensi perusahaan terhadap kualitas pelayanan barang dan jasa dengan pelanggan. Kualitas pelayanan dikategorikan memuaskan apabila pelanggan menerima pelayanan yang dirasakan sesuai keinginan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dan memuaskan akan mendapatkan nilai tambah dari konsumen. Konsumen akan menggunakan pelayanan yang ramah, baik, sopan santun, dan efisiensi waktu yang ditentukan. Kepuasan konsumen adalah fokus utama yang harus di perhatian oleh perusahaan.

Kualitas merupakan salah satu kondisi dinamis dan baik buruknya sesuatu baik pada barang maupun jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan [1]. Indikator terhadap kepuasan pelanggan ada tiga menurut Fang Chiu dan Wang, 2011 [2].

1. Puas terhadap produk atau jasa.
2. Pengalaman yang baik saat berbelanja.
3. Persepsi bahwa membeli barang atau jasa di toko tersebut adalah hal yang baik.

Berdasarkan alat ukur untuk yang digunakan suatu indeks dan benar-benar mendapatkan hasil yang diinginkan ialah validitas. Berikut adalah rumus untuk uji validitas [3]:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 (\sum X)^2] \cdot [N \sum Y^2 - \sum Y^2]}}$$

Keterangan :

N = Jumlah Responden.

X = Skor Pertanyaan.

Y = Skor Total Pertanyaan.

Dapat dilihat dari nilai r hitung yang diperoleh > r tabel maka akan mendapatkan nilai skor total (valid) serta apabila nilai r hitung < r tabel akan mendapatkan hasil yang tidak

signifikan skor total (tidak void). Berdasarkan alat ukur jika hasil sama meskipun penukuran berkali-kali maka dinamakan *reliable*.

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

$\sigma$  = Varians.

X = Jawaban item pertanyaan.

n = Jumlah responden.

Data *reliable* akan dikatakan berhasil apabila nilainya *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) > 0, 6.

Model Servqual ini diperbarui oleh Parasuraman, Zeithaml, serta Berry untuk serangkaian penelitian yang diinginkan yaitu sektor jasa. Metode yang membantu untuk bisa memahami persepsi pelanggan serta harapan pelanggan dengan pelayanan diberikan ialah servqual. Servqual juga bisa mengetahui hasil tingkat kualitas pelayanan dari persamaan yang dimiliki [4]. Model Servqual yang revolusioner diperbarui oleh Parasuraman et al. Awalnya model ini ada 10 dimensi, yang selanjutnya dikurangi menjadi lima dimensi. Ada lima dimensi inti dari Servqual yaitu *tangibility*, keandalan, jaminan, empati, dan *responsive* [5]. Untuk mengukur persepsi serta harapan konsumen digunakan pengukuran kualitas jasa berbentuk model servqual berdasarkan skala multi-item [6]. Alat mengukur pengaruh variable independen terhadap variable dependen merupakan analisis regresi linier. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen yang pernah menggunakan lebih satu kali jasa pengiriman Agen Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) [7].

## 2. Metode Penelitian

Perhitungan dilakukan pada penelitian ini yaitu perhitungan validasi dan reabilitas untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang JNE di Pekanbaru, Pengolahan data dilakukan dengan cara:

1. Uji validitas dan uji reabilitas untuk mencari data kuesioner valid dan reability
2. Uji servqual untuk mendapatkan nilai kesenjangan
3. Regresi linear untuk mendapatkan pengaruh kualitas pelayanan konsumen.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Uji Validitas

Perhitungan uji validitas menggunakan SPSS 23 disetiap butir-butir pertanyaan pada kuesioner.

Tabel 1. Uji Validitas Tingkat Kinerja Pelanggan.

PERNYATAAN	Kinerja		
	R tabel	R hitung	Status
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)			
1.	0,1975	0,559	Valid
2.	0,1975	0,572	Valid
3.	0,1975	0,481	Valid
4.	0,1975	0,461	Valid
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)			
5.	0,1975	0,504	Valid
6.	0,1975	0,522	Valid
7.	0,1975	0,603	Valid
8.	0,1975	0,649	Valid
<i>Empathy</i> (Empati)			
9.	0,1975	0,510	Valid
10.	0,1975	0,446	Valid
11.	0,1975	0,564	Valid
12.	0,1975	0,476	Valid
13.	0,1975	0,397	Valid
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)			
14.	0,1975	0,524	Valid
15.	0,1975	0,519	Valid
16.	0,1975	0,514	Valid

17.	0,1975	0,544	Valid
18.	0,1975	0,397	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)			
19.	0,1975	0,516	Valid
20.	0,1975	0,529	Valid
21.	0,1975	0,543	Valid
22.	0,1975	0,558	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Tingkat Harapan Pelanggan.

PERNYATAAN	Harapan		Status
	R tabel	R hitung	
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)			
1.	0,1975	0,764	Valid
2.	0,1975	0,695	Valid
3.	0,1975	0,724	Valid
4.	0,1975	0,468	Valid
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)			
5.	0,1975	0,545	Valid
6.	0,1975	0,787	Valid
7.	0,1975	0,726	Valid
8.	0,1975	0,660	Valid
<i>Empathy</i> (Empati)			
9.	0,1975	0,632	Valid
10.	0,1975	0,705	Valid
11.	0,1975	0,728	Valid
12.	0,1975	0,607	Valid
13.	0,1975	0,638	Valid
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)			
14.	0,1975	0,551	Valid
15.	0,1975	0,558	Valid
16.	0,1975	0,636	Valid
17.	0,1975	0,669	Valid
18.	0,1975	0,429	Valid
<i>Assurance</i> (Jaminan)			
19.	0,1975	0,615	Valid
20.	0,1975	0,661	Valid
21.	0,1975	0,586	Valid
22.	0,1975	0,634	Valid

Berdasarkan Tabel 1. dan Tabel 2. didapatkan bahwa hasil uji validitas terhadap pernyataan yang dijawab oleh responden, keseluruhan pernyataan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel. r tabel yang digunakan sebesar 0,1975.

### 3.2 Uji Reliabilitas

Perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS 23 untuk setiap butir pertanyaan pada kuesioner.

Tabel 3. Pengujian Reliabilitas Kinerja

	Reliability Statistics	
	Kinerja	
	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	.647	5
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	.698	5
<i>Empathy</i> (Empati)	.639	6
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	.660	6
<i>Assurance</i> (Jaminan)	.666	5

Berdasarkan hasil Tabel 3. dapat dilihat bahwa dimensi - dimensi mendapatkan angka *reliable* dengan *Alpha Cronbach* > 0,6 maka seluruhnya dinyatakan *reliable*

Tabel 4. Pengujian Reliabilitas Harapan

Reliability Statistics		
	Harapan	
	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	.762	5
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	.771	5
<i>Empathy</i> (Empati)	.762	6
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	.715	6
<i>Assurance</i> (Jaminan)	.737	5

Berdasarkan hasil Tabel 4. dapat dilihat bahwa dimensi - dimensi mendapatkan angka *Alpha Cronbach* > 0,6 maka seluruhnya dinyatakan *reliable*.

### 3.3 Service Quality

Service quality digunakan untuk mengetahui seberapa hasil kualitas pelayanan yang ada, sehingga dapat menentukan nilai *Gap* dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden. Berdasarkan hasil maka akan diketahui sudah terpenuhikah kebutuhan konsumen.

Tabel 5. Nilai *Gap*

Pernyataan	GAP		
	Nilai Rata-rata Kinerja	Nilai Rata-rata Harapan	Nilai <i>Gap</i>
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)			
1.	3.454	4.423	-0.969
2.	3.361	4.247	-0.887
3.	3.454	4.433	-0.979
4.	3.443	4.474	-1.031
Mean	3.428	4.394	-0.966
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)			
5.	3.619	4.619	-1
6.	3.515	4.392	-0.876
7.	3.536	4.443	-0.907
8.	3.577	4.392	-0.814
Mean	3.562	4.461	-0.899
<i>Empathy</i> (Empati)			
9.	3.557	4.392	-0.835
10.	3.505	4.474	-0.969
11.	3.691	4.526	-0.835
12.	3.608	4.402	-0.794
13.	3.639	4.33	-0.691
Mean	3.6	4.425	-0.824
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)			
14.	3.464	4.351	-0.887
15.	3.443	4.309	-0.866
16.	3.485	4.361	-0.876
17.	3.402	4.289	-0.887
18.	3.485	4.402	-0.918
Mean	3.456	4.342	-0.886
<i>Assurance</i> (Jaminan)			
19.	3.495	4.454	-0.959
20.	3.464	4.454	-0.99
21.	3.392	4.433	-1.041
22.	3.526	4.423	-0.897
Mean	3.469	4.441	-0.971

Berdasarkan Tabel 5. didapatkan bahwa disetiap kriteria memiliki hasil nilai kinerja, harapan dan *gap* kemudian hasil perdimensi. Berikut adalah hasil *Gap Servqual* perdimensi:

Tabel 6. Hasil *Gap Servqual* Perdimensi

No.	Statement	Kinerja	Harapan	Gap	Rank
1.	<i>Assurance</i>	3.47	4.44	-0.971	1.
2.	<i>Tangible</i>	3.43	4.39	-0.966	2.
3.	<i>Reliability</i>	3.56	4.46	-0.899	3.

4.	<i>Empathy</i>	3.46	4.34	-0.886	4.
5.	<i>Responsiveness</i>	3.6	4.42	-0.824	5.

Berdasarkan referensi Jienardy mendapatkan nilai harapan lebih besar dengan nilai kinerja maka diperoleh *gap* negatif dan dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen belum terpenuhi. Pada tabel 4.9 didapatkan bahwa hasil dari perjumlahan *gap Servqual* perdimensi dengan nilai *gap* negatif. Rank pertama *Assurance* mendapatkan nilai *Gap* -0,971, di rank kedua *Tangible* memiliki nilai -0,966, di rank ketiga *Reliability* dengan nilai -0,899, di rank keempat *Empathy* dengan nilai -0,886, di rank kelima *Reponsiveness* dengan nilai -0,824. Setelah di rank dimensi yang sangat diperhatikan yaitu *Assurance*.

### 3.4 Regresi Dimensi *Serqual*

Alat untuk mengukur pengaruh variable independen terhadap variable dependen ialah analisis regresi linier. Salah satu hasil penelitian untuk mengetahui seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan dengan konsumen. Untuk mendapatkan hasil analisis regresi linier maka menggunakan *software* SPSS *Version*23, apabila angka yang diperoleh kurang dari 0,05 akan mendapatkan hasil signifikan. Berikut hasil *regresi* dimensi *Servqual*:

Tabel 7. Hasil *Regresi* Dimensi

No.	Dimensi <i>Service Quality</i>	Koefisien Regresi	Sig	Keterangan
1.	<i>Tangible</i>	0.251	0.001	Berpengaruh
2.	<i>Reliability</i>	0.373	0.000	Berpengaruh
3.	<i>Empathy</i>	0.181	0.012	Berpengaruh
4.	<i>Responsiveness</i>	0.346	0.000	Berpengaruh
5.	<i>Assurance</i>	0.323	0.000	Berpengaruh

Dapat dilihat dari hasil pengujian Tabel 7 dapat diperoleh persamaan linier berganda sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi *Tangible* yaitu 0.251 dan angka signifikansi 0.001. Dengan ini bahwasanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Koefisien regresi *Reliability* yaitu 0.373 dan angka signifikansi 0.000. Dengan ini bahwasanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Koefisien regresi *Empathy* yaitu 0.181 dan angka signifikansi 0.012. Dengan ini bahwasanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 4) Koefisien regresi *Responsiveness* yaitu 0.346 dan angka signifikansi 0.000. Dengan ini bahwasanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- 5) Koefisien regresi *Assurance* yaitu 0.323 dan angka signifikansi 0.000. Dengan ini bahwasanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan nilai yang diperoleh signifikan karena kurang dari 0.05 sehingga mendapatkan hasil yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

## 4. Kesimpulan

Hasil penelitian memproleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan penelitian didapatkan tingkat kepuasan konsumen meliputi variabel *Tangible*, variabel *Reliability*, variabel *Emphaty*, variabel *Responsiveness*, dan variabel *Assurance* untuk kepuasan konsumen, belum termasuk kategori memuaskan dimana setiap perdimensi mendapatkan hasil negatif, sehingga perlunya peningkatan kepuasan konsumen.
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dari 5 dimensi meliputi *Tangible*, *Reliability*, *Emphaty*, *Responsiveness*, dan *Assurance* dengan hasil yang diperoleh signifikan karena kurang dari 0.05, sehingga 5 dimensi ini sangat berpengaruh.

## Daftar Pustaka

- [1] Winarti E, T. Antara Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi dengan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Lentera Bisnis* Vol. 5 No. 2 November / ISSN 2252-9993, 2016. hal. 64-65

- [2] Imanuel H. B, S. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Hastaco Tour and Travel. *Agora Vol.7, No. 1*, 2019. hal 3-4.
- [3] Amanda L, F. Y. Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*. 2019.
- [4] Tjiptono, F. (n.d.). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: 2014.
- [5] Alnase MI F. M. A. T he Impact of SERVQUAL Model and Subjective Norms on Customer's. *International Journal of Economics & Management sciences*, 2017.
- [6] Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I., & Rizki, M. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan asa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, Vol. 16. No.02, Desember 2019. 25-31
- [7] Herawan I G. A W, H. J. Gustopo D. Analisis Kualitas Pelayanan di Puskesmas X Menggunakan Metode *Servqual* dan Saran Perbaikannya. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, Vol. 3 No. 1, Februari. 2017. hal 1-7