



PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE AGEN PONDOK GEDE

Herman Susilo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

hersusilo72@gmail.com

Abstrak

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa pengiriman barang. JNE adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner, model analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*, adapun sampel tersebut berjumlah 97 orang. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 24.699 + 0,096X_1 + 0,637X_2 + 0,263X_3$$

Dimana variabel kepuasan pelanggan (Y), variabel produk (X_1), variabel harga (X_2), dan variabel kualitas pelayanan (X_3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede karena $t_{hitung} (0,849) < t_{tabel} (1,660)$ serta nilai signifikasinya diatas 0,05, untuk variabel harga menghasilkan $t_{hitung} (8,519)$ dan variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,779)$ dimana $t_{tabel} (1,660)$ dan nilai signifikasinya dibawah 0,05 maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti yaitu produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.

Kata kunci : Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Competition in today's business world is getting fiercer. This is also felt by business people in the field of freight forwarding services. JNE is one of the companies engaged in freight forwarding services. The research method is in the form of data collection using questionnaires, the data analysis model used is multiple linear analysis. Sample selection was carried out by purposive sampling, while the sample amounted to 97 people. Data that have met validity tests, reliability tests, and classical assumption tests are processed to produce regression equations as follows:

$$Y = 24,699 + 0.096X_1 + 0.637X_2 + 0.263X_3$$

Where the customer satisfaction variable (Y), product variable (X_1), price variable (X_2), and service quality variable (X_3). Hypothesis testing using the t test shows that partially the product does not have a significant effect on customer satisfaction JNE Agen Pondok Gede because $t_{calculate} (0.849) < t_{table} (1.660)$ and the significance value is above 0.05, for the price variable produces $t_{calculate} (8.519)$ and the service quality variable shows the results of $t_{calculate}$ analysis (4.779) where $t_{table} (1.660)$ and the significance value is below 0.05 then partially the two variables have a significant effect on customer satisfaction JNE agent Pondok Gede. Then through the F test, it can be seen that the three independent variables studied, namely product, price and service quality, simultaneously have a significant effect on JNE Agen Pondok Gede customer satisfaction.

Keywords : Product, Price, Quality of Service, Customer Satisfaction

(*) Corresponding Author : Herman Susilo, Hersusilo72@gmail.com, 0881024199891

INTRODUCTION

Pada era modern saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat dibanding dengan dekade sebelumnya. Perkembangan pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industri pada sektor jasa. Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Industri jasa cukup bervariasi sesuai perkembangan dan jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku masyarakat dalam berbelanja melalui jaringan *e-business* dikarenakan akses luas, mudah, fleksibel, dan serba cepat. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis online karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang dekat maupun yang jauh, bahkan bisa hingga keluar negeri sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dan volume penjualan kepada perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau kurir adalah PT. Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa disebut dengan PT. JNE. PT. Jasa Nugraha Ekakurir didirikan pada tanggal 26 November 1990. PT. JNE melayani masyarakat dalam urusan jasa kepastian terutama import atas kiriman peka waktu melalui gudang "*Rush Handling*". Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja.

Tolak ukur selanjutnya menggunakan jasa pengiriman barang JNE karena setiap tahunnya JNE selalu terpilih sebagai Top Brand Award dalam kategori jasa kurir Indonesia. Berikut daftar Top Brand Award tahun 2018 pada kategori jasa kurir

Tabel 1. Top Brand Award

MEREK		TBI	PREDIKAT
JNE		45,0%	TOP
J&T		13,9%	TOP
TIK		13,6%	TOP
POS INDONESIA		11,6%	

Sumber: <http://topbrand-award.com/top->

Dari tabel 1.1 di atas JNE menempati peringkat teratas dengan jumlah TBI (*Top Brand Index*) sebesar 45,0% dan mendapat predikat TOP yang berarti merek tersebut layak menyandang predikat *Top Brand Award* dengan kriteria minimum nilai 15%.

Melihat semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman maka untuk dapat mempertahankan eksistensinya setiap perusahaan harus dapat mengembangkan kemampuan keterampilan dan pengetahuannya sehingga dapat menghadapi persaingan yang memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan. Banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah produk. JNE salah satu penyedia jasa yang menawarkan berbagai macam pilihan *product service*, hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan banyak pilihan produk pelanggan bisa memilih *product service* sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain produk untuk memenuhi kepuasan pelanggan juga melihat dari faktor harga dan kualitas pelayanan. Pasti akan menambah kepuasan terhadap konsumen. Tapi sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya maka konsumen akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk jasa tersebut dikemudian hari. Faktor kualitas pelayanan juga sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan berbagai aspek diantaranya kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan yang baik, sehingga memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Pondok Gede**").

METHODS

Teknik Analisis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Hasil penelitian secara terperinci peneliti sampaikan dibawah ini meliputi karakteristik responden, tanggapan responden, uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis yang meliputi hasil regresi, uji simultan, koefisien determinasi, uji parsial serta pengaruh dominan.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Produk

NO	INDIKATOR	r_{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Produk X1.1	0,789	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
2	Produk X1.2	0,298	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
4	Produk X1.3	0,773	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
4	Produk X1.4	0,709	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
5	Produk X1.6	0,644	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
6	Produk X1.8	0,709	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})

Semua nilai r_{hitung} yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan Produk valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

NO	INDIKATOR	r_{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Harga X1.1	0,857	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
2	Harga X1.2	0,876	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
3	Harga X1.3	0,799	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
4	Harga X1.4	0,845	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})

Semua nilai r_{hitung} yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan Harga valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

NO	INDIKATOR	r_{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Pelayanan X1.1	0,332	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
2	Kualitas Pelayanan X1.2	0,61	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
3	Kualitas Pelayanan X1.3	0,773	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
4	Kualitas Pelayanan X1.4	0,608	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
5	Kualitas Pelayanan X1.5	0,773	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
6	Kualitas Pelayanan X1.6	0,636	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})

Semua nilai r_{hitung} yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan Kualitas Pelayanan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

NO	INDIKATOR	r_{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kepuasan Pelanggan Y.1	0,574	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
2	Kepuasan Pelanggan Y.2	0,573	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
3	Kepuasan Pelanggan Y.3	0,667	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})
4	Kepuasan Pelanggan Y.4	0,691	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ (r_{tabel})

Semua nilai r_{hitung} yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan kepuasan pelanggan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

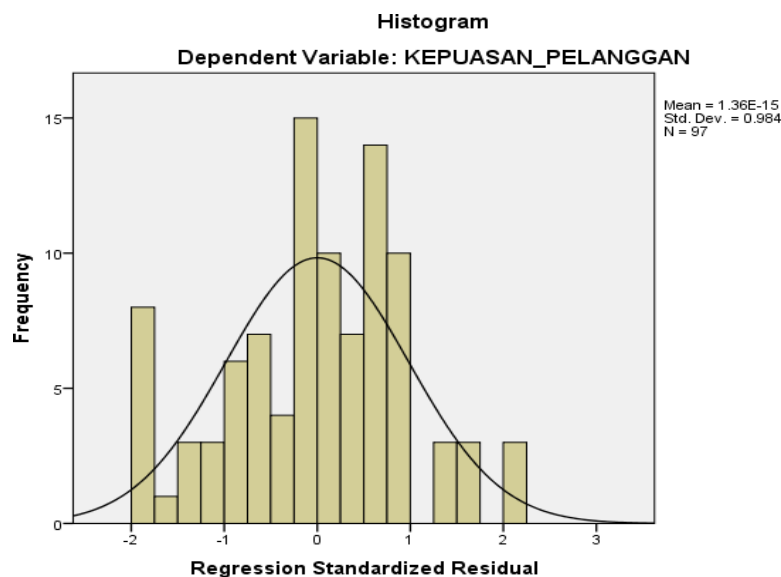
NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Produk	0,848	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Harga	0,933	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Kualitas Pelayanan	0,869	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Kepuasan Pelanggan	0,803	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

Semua nilai cronbach α diatas 0,600 sehingga semua item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

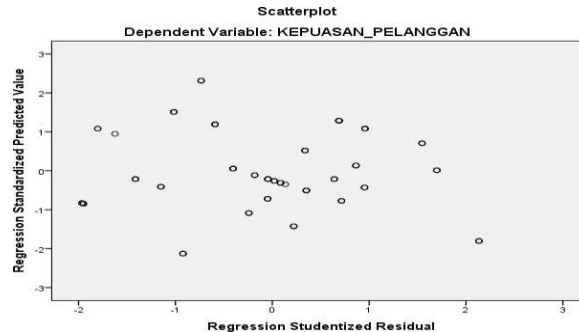
Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Produk	0,729	> 0,1	1,372	< 5
Harga	0,747	> 0,1	1,338	< 5
Kualitas Pelayanan	0,937	> 0,1	1,067	< 5

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* variabel independen yang ada diatas 0,1, serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.699	.563		4.580	.000		
PRODUK	.096	.052	.133	.849	.680	.729	1.372
HARGA	.637	.075	.607	8.519	.000	.747	1.338
KUALITAS_PELAYANAN	.263	.055	.304	4.779	.000	.937	1.067

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 24.699 + 0,096X_1 + 0,637X_2 + 0,263X_3$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 24.699 yang berarti jika variabel produk, harga dan kualitas pelayanan dianggap nol maka variabel kepuasan pelanggan hanya sebesar 24.699.
- Koefisien regresi variabel produk diperoleh nilai sebesar 0,096 yang berarti jika variabel produk mengalami kenaikan 1 satuan sementara variabel harga dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,096.
- Koefisien regresi variabel harga diperoleh nilai sebesar 0,637 yang berarti jika variabel harga mengalami kenaikan 1 satuan sementara variabel produk dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,637.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 0,263 yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan sementara variabel produk dan harga diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,263.

2. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini menggunakan statistik F untuk menyimpulkan hasil uji penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	d f	Mean Square	F	Si g.
1	Regression	370.165	3	123.388	56.790	.000 ^b
	Residual	202.061	93	2.173		
	Total	572.227	96			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 56,790 Sementara itu nilai Ftabel yang dilihat pada Tabel Nilai untuk Distribusi F adalah 2,70. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai Fhitung = 56.790 > dari Ftabel = 2,70. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.

3. Koefisien Determinan (R²)

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.635	1.47401

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,635 atau 63,5 %. Ini berarti bahwa variabel independen berupa produk, harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede sebesar 63,5% sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya lokasi, diskon harga, promosi dan lain sebagainya.

4. Hasil Uji T Parsial

Tabel 10. Hasil Uji t

VARIABEL	t		Sig.		AN	KESIMPUL
	t _{hitung}	t _{tabel}	HASIL	$\alpha = 5\%$		
Produk	0.849	<1,660	0,680	>0,05		Berpengaruh signifikan
Harga	8.519	>1,660	0,000	<0,05		Berpengaruh signifikan
Kualitas Pelayanan	4.779	>1,660	0,000	<0,05		Berpengaruh signifikan

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 2,056. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede karena $t_{hitung}(0.849) < t_{tabel}(1,660)$ serta nilai signifikansinya di atas 0,05.
- Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede karena $t_{hitung}(8,519) > t_{tabel}(1,660)$ serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.
- Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung}(4,779) > t_{tabel}(1,660)$ serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.

DISCUSSION

Sesuai latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih ditemui kendala di JNE Agen Agen Pondok Gede.khususnya mengenai kepuasan pelanggan sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel produk, harga dan kualitas pelayanan maka permasalahan tersebut setidaknya mulai terjawab. Dari ketiga variabel independent yang digunakan, terdapat dua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede yaitu harga dan kualitas pelayanan.Sedangkan variabel independen lainnya yaitu produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede.

Tidak berpengaruhnya variabel produk terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede kemungkinan besar disebabkan karena umumnya pelanggan memang tidak berkepentingan atas variabel produk dan mungkin produk yang ditawarkan oleh pihak JNE sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan. Bagi pelanggan JNE Agen Pondok Gede produk tidaklah penting, bagi mereka harga dan kualitas pelayanan yang lebih penting oleh sebab itu harga dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede. Hal ini memang sering terjadi, dimana pada umumnya masyarakat akan merasa puas jika harga yang murah dan kualitas pelayanan nya sangat baik. Karena harga yang murah dan kualitas pelayanan yang sangat baik maka masyarakat akan menggunakan jasa tersebut berulang kali dan konsumen akan tahu apa saja keunggulan yang diberikan oleh pihak JNE Agen Pondok Gede khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede.

Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede hal ini dapat dilihat dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $t_{hitung} = 8.519$ sedangkan $t_{tabel} = 1,660$, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede dipengaruhi oleh variabel harga. harga terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu harga yang terjangkau, harga bersaing, harga sesuai kualitas dan harga sesuai manfaat. Pengaruh dari indikator harga yang terjangkau ditunjukkan dengan, sebanyak 49% responden menjawab setuju dan 38% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,25 (sangat setuju) Hal ini menunjukkan

bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika harga terjangkau JNE Agen Pondok Gede.

Pengaruh dari indikator harga bersaing ditunjukkan pihak JNE memberikan harga yang bersaing dengan kompetitor ditunjukkan dengan responden menjawab 49 % setuju dan 41% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,31 (sangat setuju). Untuk itu Berarti dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa harga bersaing JNE Agen Pondok Gede.

Pengaruh dari indikator harga sesuai kualitas dan manfaat ditunjukkan dengan responden menjawab 64% setuju dan 24% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,11 (setuju). Untuk Berarti dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa harga sesuai kualitas JNE Agen Pondok Gede. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede, hal ini dapat dilihat dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $t_{hitung} = 4,779$ sedangkan $t_{tabel} = 1,660$, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa indikator yang berupa bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Pengaruh dari indikator keandalan dapat dilihat dari pihak JNE memberikan layanan yang cepat dalam penanganan transaksi secara tepat dan teliti. Pengaruh dari indikator jaminan menunjukkan bahwa pihak JNE dalam memberikan layanan berupa keamanan dan keselamatan akan barang memberikan kepuasan kepada konsumen, sedangkan pengaruh dari indikator daya tanggap ditunjukkan dengan pihak JNE memberikan pelayanan yang ramah, siap dan cepat.

Dengan melihat uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa produk tidak secara otomatis akan meningkatkan kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede. Ada titik tertentu dimana produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan namun jika ada titik tertentu dimana produk tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman, JNE Agen Pondok Gede harus mampu menganalisa dan melihat hal tersebut dengan baik.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian di atas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil simpulan, sebagai berikut:

1. Secara simultan produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede
2. Secara parsial produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.
3. Secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.
4. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.

REFERENCES

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung. CV Alfabeta
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Cetakan satu, Edisi Satu. Depok. Raja Grafindo perda.
- Daryanto, Setyobudi, Ismanto. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Malang. Raja Grafindo perda.
- Farida, Jasfar. (2005). *Manajemen jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas pelayanan publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ginting, Paham dan Situmorang. (2008). *Filsafat Ilmu dan Metode Riset*. Medan: USU Press.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS (Edisi 8)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 8 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2001). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium Jilid 1*. Jakarta : Phehallindo
- M, Arod, Mas . (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Kota Bandar Lampung. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Ristawati. (2017). Pengaruh Keandalan, Ketanggapan, Keyakinan, Empati, dan Wujud Nyata Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Amadine Wisata Utama Jakarta. Skripsi. STIE Gici Business School Depok. Tidak Dipublikasikan.
- Ruslan , Muhamad. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Informa Furnishing Warung Jambu Bogor . Skripsi. STIE Gici Business School Depok. Tidak Dipublikasikan.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Buku.
- Sugiyono. (2015) . *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta .
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta .
- Sunyoto, Danang . (2014). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : ANDI.
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Unardjan, Dominikus. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Universitas Atma Jaya .
- Yunita, Dina. (2017). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Arison Interior Furniture. Skripsi. STIE Gici Business School Bogor. Tidak Dipublikasikan.
- <http://topbrand-award.com/top-brand-survey>, (2018). Diakses pada 17 Maret 2019
- <http://www.jne.co.id>. Diakses pada 8 Juli 2019.