

**Analisa Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan  
PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Batununggal**

**Amania Fakhriyah dan Rennyta Yusiana  
Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Indonesia**

***Abstract***

*Service quality is one of the success key and the basis for building the success and profits for companies in any field. The transition era of the needs of the quantity on the need to make the quality of the company is currently conducting a focus on quality service delivery. JNE is a company engaged in the field of freight forwarding and logistics of goods or documents, based in Jakarta Indonesia. JNE is a service company in Indonesia that provide services as required and expected by today's customers.*

*This study aims to determine the quality of services provided by JNE Batununggal, to determine the level of customer satisfaction and how much influence the quality of service to customer satisfaction. This study used quantitative descriptive method with data collection using the questionnaire. Questionnaires distributed using an ordinal scale and measurement in the form of Likert. Sample collection technique used was non-probability sampling of 100 respondents.*

*Based on the analysis of 100 respondents that the quality of service JNE Batununggal included in the category quite well, with an average percentage of 74.35%, the customers are quite satisfied with quality of services provided by the JNE Batununggal amounted to 70.43% and there is a positive effect on the quality of service to customer satisfaction that is equal to 21.4%, while the remaining 78.6% is influenced by other factors. Further research is expected to examine the other factors.*

*Keywords : Service quality; Customer satisfaction*

**Pendahuluan**

Pada saat ini hal yang paling tidak disukai manusia ketika berhadapan dengan kegiatan sehari-hari adalah waktu untuk menunggu. Kehidupan manusia yang dipenuhi dengan segudang aktivitas tidak dapat dipisahkan dari hal yang kita sebut sebagai waktu. Ungkapan waktu adalah uang atau biasa disebut "*time is money*" tampaknya cocok dengan situasi yang sedang kita hadapi dalam era modern dan globalisasi pada saat ini. Tidak dapat dipungkiri peran dari waktu pada saat ini mempengaruhi kehidupan dalam generasi yang serba instan. Kebutuhan manusia yang semakin besar, tentunya mendesak pemenuhannya secara lebih tepat. Hal-hal ini memberikan suatu pandangan, dimana waktu menjadi suatu hal yang berharga dan memiliki dampak sangat besar bagi dunia usaha khususnya industri jasa.

Saat ini pelaku industri jasa selalu dituntut untuk memberikan pelayanan secara lebih cepat guna memenuhi permintaan pasar dan menghindari kehilangan pangsa pasar atau pelanggan. Pada era global dan era perdagangan bebas ini, logistik memegang peranan penting dalam wilayah industri dan arus ekonomi suatu negara. Banyak perusahaan jasa layanan dalam bidang logistik dan pengiriman barang, baik berskala nasional maupun internasional yang bersaing untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Keunggulan dalam hal kualitas pelayanan menjadi salah satu tujuan utama bagi para pelaku industri jasa layanan untuk tetap bertahan dalam bisnis yang dinilai strategis ini.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa kurir ekspres dan logistik. Pelayanan JNE telah mencakup wilayah nasional dan internasional, sehingga dibutuhkan pelayanan yang optimal demi menjaga keunggulan kompetitif.

Persaingan dalam bisnis jasa pengiriman barang yang semakin ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk mempersiapkan diri sebaik mungkin jika masih ingin mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dimana pelanggan semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa pengiriman barang.

Pelayanan yang berkualitas lebih merupakan suatu proses kesatuan dengan faktor lain. Berbagai dimensi peningkatan kualitas pelayanan, seperti *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* serta prosedur operasionalnya harus saling mendukung.

Rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Batununggal?, bagaimanakah kepuasan pelanggan dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Batununggal?.

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan JNE Batununggal, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan JNE Batununggal dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*) terhadap kepuasan pelanggan JNE Batununggal.

### **KajianLiteratur**

Menurut Kotler dan Keller (2009:5), pemasaran adalah suatu proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan orang lain. Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa pemasaran dilakukan oleh organisasi/perusahaan untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dan *stakeholder* dengan cara menyampaikan suatu nilai kepada konsumen.

Menurut Lovelock dan Wright (2011:372), jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (*time based*), dalam bentuk suatu kegiatan yang akan membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, obyek maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggung jawab dari pembeli.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5), kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Assauri (2012:18), salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka. Menurut Zeithaml dkk(2009:11), terdapat lima dimensi skala untuk mengukur kualitas pelayanan antara lain:

- a. *Tangible* (Bukti fisik)  
Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi. Kemampuan fisik memberikan representasi fisik atau gambar dari layanan kepada pelanggan, terutama pelanggan baru yang akan dijadikan untuk evaluasi kualitas.
- b. *Emphaty* (Empati)  
Berupa kepedulian dan perhatian individual yang diberikan kepada konsumen. Esensi dari empati adalah menyampaikan, melalui layanan pribadi atau layanan yang disesuaikan.
- c. *Reliability* (Kehandalan)  
Berupa kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dapat dipercaya dan akurat. Dalam arti luas, kehandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janji mengenai penyampaian layanan, penyediaan layanan, penyelesaian masalah, dan harga.

d. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Berupa kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan yang cepat. Dimensi ini menekankan perhatian dan ketepatan dalam berurusan dengan permintaan konsumen, pertanyaan, keluhan, dan masalah.

e. *Assurance* (Jaminan)

Berupa pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting bagi layanan yang dianggap oleh konsumen sebagai risiko tinggi atau jasa yang dirasa tidak pasti tentang kemampuan mereka untuk mengevaluasi hasil.

Menurut Kotler dan Keller (2009:150), secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas.

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari setelah pelanggan menggunakan jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009:140), jika pelanggan dinyatakan puas maka pelanggan akan:

a. Menggunakan jasa itu kembali

Apabila pelanggan puas menggunakan jasa tersebut, maka hal yang dilakukan pelanggan pertama adalah menggunakan jasa itu kembali karena pelanggan merasa puas akan jasa tersebut, puas dari segi pelayanan karyawan dan lain sebagainya, dan jika pelanggan tidak puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan akan pindah ke jasa lainnya.

b. Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut ke orang lain

Apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan tidak akan merekomendasikan jasa tersebut ke orang lain.

c. Pelanggan tidak pernah mengeluh

Apabila pelanggan puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan mengeluh seperti *complaint* kepada penyedia jasa, dan apabila pelanggan tidak puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan akan *complaint* kepada penyedia jasa karena ketidakpuasan yang diterima pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:151), terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada pelanggan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dll.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan ada baiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pada perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan juga agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.



d. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian lebih terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

- *Directly Reported Satisfaction*  
Pengukuran ini dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.
- *Derived Satisfaction*  
Setidaknya, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu, tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan (*perceived performance*).
- *Problem Analysis*  
Dalam teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan. Kemudian perusahaan akan melakukan analisis konten terhadap semua permasalahan dan saran perbaikan untuk mengidentifikasi bidang-bidang utama yang membutuhkan perhatian dan tindak lanjut segera.
- *Importance-Performance Analysis*  
Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti antar variabel. Variabel-variabel ini diukur sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

Jenis data yang dipergunakan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dibuat oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah riset, data yang digunakan berupa data kuesioner yang didapatkan dari para responden. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan dan dipublikasi kepada masyarakat pengguna data, data yang dihunikan berupa data dari buku, website di internet serta informasi dari penelitian terdahulu.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah mengumpulkan data yang berisi pertanyaan-pertanyaan berupa kuesioner. Skala pengukuran menggunakan skala ordinal dan dengan skala likert.

Populasi menurut Arikunto (2010:173), adalah keseluruhan subjek penelitian. Sampel menurut Arikunto (2010:174), merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Menurut Budiasih (2012:23), karena jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui secara jelas jumlahnya, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus Bernoulli sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_z^\alpha)^{2p \cdot xq}}{e^2} \dots\dots\dots (1)$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

Analisa Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan  
PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Batununggal

$n = 96,4$  sampel, dibulatkan ke atas = 100 sampel

Dimana nilai errornya adalah 10%, keterangan:

$n$  = Jumlah sampel yang dicari

$Z$  = Nilai yang didapat dari tabel normal standar dengan peluang  $\frac{\alpha}{2}$

$p$  = Probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

$q$  = Probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel ( $1-p$ )

$\alpha$  = Tingkat ketelitian

$e$  = Tingkat kesalahan

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2012) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa analisis kuantitatif dengan metode pengolahan adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur tertentu dalam melakukan fungsi ukurannya. Apabila melakukan penelitian dengan pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, maka kuesioner yang dibuat harus dapat mengukur apa yang ingin di ukurnya. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.

b. Uji Reliabilitas

Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang andal (*reliable*). Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Keandalan disini bisa berarti beberapa kalipun variabel-variabel pada kuisoner tersebut ditanyakan kepada responden maka hasilnya tidak menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan adalah plot garis, dimana asumsi normalitasnya terpenuhi jika titik-titik pada grafik mendekati sumbu diagonalnya.

**Tabel 1. Operasional Variabel**

| Variabel                      | Sub Variabel                          | Indikator   | Skala   |
|-------------------------------|---------------------------------------|---|---------|
| <b>Kualitas Pelayanan (X)</b> | Bukti fisik ( <i>Tangible</i> )       | 1. Lokasi yang strategis<br>2. Sarana parkir yang memadai<br>3. Ruang yang bersih dan nyaman<br>4. Penampilan pegawai menarik dan rapih | Ordinal |
|                               | Empati ( <i>Emphaty</i> )             | 1. Pegawai bersikap empati terhadap pelanggan<br>2. Memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan                               |         |
|                               | Kehandalan ( <i>Reliability</i> )     | 1. Pelayanan yang cepat dan tepat<br>2. Mengerti terhadap keluhan pelanggan<br>3. Penyelesaian pelayanan dilakukan dengan cepat         |         |
|                               | Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> ) | 1. Pegawai bersedia dan siap membantu pelanggan<br>2. Mengatasi keluhan pelanggan   |         |

Analisa Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan  
PT. Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Batununggal

|                               |                              |   |         |
|-------------------------------|------------------------------|---|---------|
|                               | Jaminan ( <i>Assurance</i> ) | 1. Pegawai bersikap ramah dan sopan<br>2. Pegawai dapat menimbulkan rasa percaya kepada pelanggan |         |
| <b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b> | Kepuasan Pelanggan           | 1. Menggunakan jasa pengiriman JNE kembali<br>2. Merekomendasikan kepada orang lain               | Ordinal |

Sumber : Data diolah

Setelah kuesioner diisi oleh responden selanjutnya data akan ditabulasi, kemudian data akan diolah untuk mendapatkan informasi secara kuantitatif. Analisis yang akan dilakukan, yaitu :

a. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012:147), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

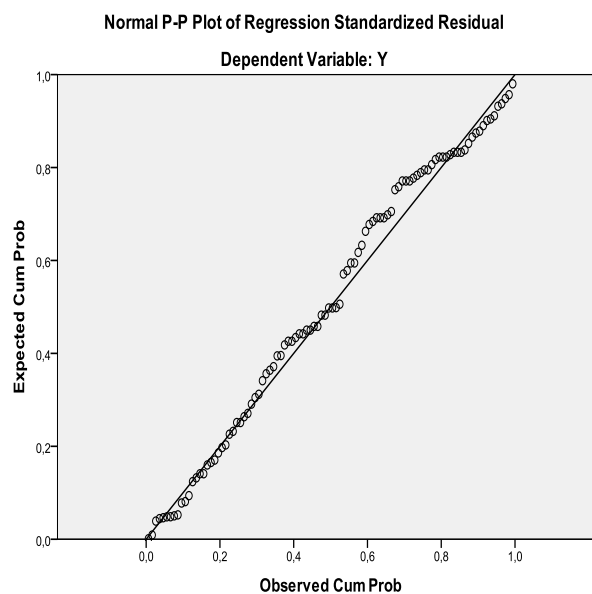
b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana selain digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel, juga dapat menunjukkan arah hubungan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel juga menunjukkan hubungan arah antar satu variabel *dependent* dan satu variabel *independent*.

**Isi Makalah**

Berdasarkan tabel uji validitas diketahui bahwa nilai *pearson correlation* dari indikator-indikator diatas  $>0,361$ , berarti indikator-indikator telah valid. Dengan demikian indikator yang digunakan dapat mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, karena dinyatakan valid

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk indikator-indikator tersebut  $0,771 > 0,70$  yang berarti telah reliabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner dapat diandalkan.



**Gambar 1. Uji Normalitas**

Sumber : Data diolah

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal, karena persebaran titik-titik terjadi disekitar garis diagonal dan mengikuti garis tersebut.

Berdasarkan hasil pengolahan data tentang sub variabel kualitas pelayanan yang diikuti pernyataan yang terdapat dalam kuesioner diperoleh jumlah presentase variabel kualitas pelayanan sebesar 74,35%. Kemudian hasil tentang sub variabel kepuasan pelanggan diperoleh rata-rata presentase variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,43%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan JNE Batununggal dapat disetujui oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Batununggal. Hasil analisis regresi linier sederhananya sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Regresi Linier Sederhana**

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 11.724                      | 3.033      |                           | 3.866 | .000 |
|       | X          | .490                        | .095       | .463                      | 5.168 | .000 |

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh model persamaan regresi linier sederhana pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,724 + 0,490X$$

Penjelasan untuk persamaan regresi tersebut adalah nilai konstanta a dalam garis regresi adalah +11,724 yang memiliki arti jika tidak ada kualitas pelayanan ( $X = 0$ ) maka kepuasan pelanggan ( $Y$ ) bernilai 11,724 poin. Nilai koefisien regresi (b) sebesar +0,490. Hal ini berarti setiap penambahan 1 poin kualitas pelayanan diprediksi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,490 poin.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05 dan F tabel sebesar 3,396. Berdasarkan hasil dari derajat kepercayaan dan F hitung menyatakan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel atau  $26,705 > 3,396$  dan derajat kepercayaannya  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ .

Besarnya *R square* menunjukkan angka 0,214 Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya *R square* antara 0 hingga 1. Semakin kecil *R square* maka hubungan kedua variabel semakin lemah, akan tetapi jika nilai *R square* besar maka hubungan kedua variabel semakin kuat. Dari hasil pengolahan data regresi sederhana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan pengaruh sebesar 21,4% sisanya 78,6% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka dilaksanakan pengujian dengan uji t. Pengujian tersebut dilakukan melalui uji statistik uji t dengan ketentuan  $H_0$  jika t hitung lebih besar dari t tabel. Dengan ketentuan diperoleh nilai t tabel sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $5,168 > t_{tabel}$  sebesar 1,66. Oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.



## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Masing-masing persentase sub variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:
  - *Tangible* (Bukti fisik) : 77%
  - *Emphaty* (Empati) : 68%
  - *Reliability* (Kehandalan) : 74,2%
  - *Responsiveness* (Ketanggapan) : 75,25%
  - *Assurance* (Jaminan) : 74,37%
2. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan JNE Batununggal sudah termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil pengolahan data yang diikuti dengan perolehan jumlah rata-rata persentase sebesar 74,35%.
3. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden dapat dikatakan bahwa pelanggan JNE Batununggal sudah cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Batununggal. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil pengolahan data yang diikuti jumlah rata-rata persentase sebesar 70,43%
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Batununggal, bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dari kualitas pelayanan JNE Batununggal terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 21,4%, sedangkan sisanya sebesar 78,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya JNE tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dari segi *emphaty* (empati) dan *reliability* (kehandalan), karena kedua sub variabel kualitas pelayanan tersebut memiliki jumlah persentase rata-rata terendah dibandingkan dengan sub variabel yang lain. Dari segi empati, pegawai JNE Batununggal disarankan lebih bersikap empati kepada pelanggan yang datang, misalnya memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan dengan cara menanyakan apa yang dibutuhkan pelanggan sebelum melakukan pelayanan. Pegawai juga sebaiknya tidak lupa memberikan senyum, sapa dan salam kepada setiap pelanggan yang datang. Sedangkan dari segi *reliability*, pegawai JNE Batununggal sebaiknya lebih handal lagi dalam melayani kebutuhan pelanggan, misalnya meminimalisir kesalahan dalam pengiriman barang serta mengecek ketepatan waktu sampainya barang.
2. Sebaiknya JNE Batununggal meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan ataupun faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti: *price*, *place* dan *promotion* agar membuat pelanggan JNE Batununggal semakin merasa puas. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, hal tersebut juga dapat meningkatkan citra perusahaan sehingga dapat menarik pelanggan baru dan membuat pelanggan lama semakin loyal.
3. Pada penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Batununggal sebesar 21,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian pada variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti, seperti: *price*, *place*, *promotion*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambahkan landasan teori yang belum digunakan penulis dalam penelitian ini.



**DaftarPustaka**

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.  
Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.  
Budiasih, Y. (2012). *Statistik Deskriptif Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Tangerang: Jelajah Nusantara.  
Kotler, P. dan Keller, K.(2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.  
Lovelock, C.H. dan Wright L.K(2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.  
Sugiyono. (2012). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.  
Zeithalm, V., Bitner, M.J. dan Gremler, D. (2009). *Service Marketing*. New York: The McGraw Hill Companies.

