

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN J&T EXPRESS DI KOTA BENGKULU

Selvi Maharani⁽¹⁾ Sri Ekowati⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu

sriekowati@umb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the Analysis of the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at J&T Express Companies in Bengkulu City. This research uses quantitative descriptive research. With the number of samples in this study as many as 80 people. Methods of data collection using a questionnaire. With data analysis techniques using a simple linear regression analysis test, the coefficient of determination (R²) and hypothesis testing, namely the t test. The results of this study can be concluded that the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at J&T Express companies in Bengkulu City. This means that if the quality of service increases, customer satisfaction will also increase. Based on the test results of simple linear regression analysis, the formulation $Y = 17.047 + 0.175 (X)$ was obtained. coefficient of determination $R^2 = 0.067$ or 6.7% while the rest is influenced by other variables not examined in this study. And the results of the t test hypothesis variable service quality (X) with a significance level of 95% ($\alpha = 0.05$). Significance figure (P Value) of $0.011 < 0.05$.

Keywords: Quality of service, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan antara perusahaan di Indonesia semakin tajam. Perkembangan bisnis yang bergerak di industri pengiriman barang semakin meningkat. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman yang dapat dipercaya dengan kualitas pelayanan yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas sesuai dengan kepentingan pelanggan dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Seiring dengan perkembangan yang terjadi di segala bidang tingkat kebutuhan pelanggan akan jasa pengiriman sangat besar. Semakin banyaknya pengiriman barang perusahaan harus bersaing ketat dengan perusahaan lainnya.

Keberadaan penyedia jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang ke suatu wilayah. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman barang adalah sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal menuju tempat tujuan. Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan pengiriman barang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan memberi dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa telah mendapatkan pelayanan suatu jasa dengan baik. Kepuasan sebagai akibat timbulnya perasaan seseorang setelah membandingkan

antara hasil kinerja dengan keinginannya. Sedangkan tingkat kepuasan merupakan hasil perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dilakukan. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka hasilnya adalah kecewa. Bila kinerja melebihi harapan akan timbul perasaan sangat puas, demikian juga sebaliknya.

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan pelanggan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa. Menurut (Sangadji, 2013) mengemukakan kepuasan pelanggan yakni perasaan kecewa atau senang setiap individu dalam merumpamaan antara kesan yang diberikan konsumen tentang tingkatan kinerja produk dan jasa riil atau nyata dengan kinerja sesuai ekspektasi. Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima dan yang diharapkan (Zulkarnaen, W,Amin, N.N, 2018:109)

Menurut Goest dan Davis dalam Sugiarto (2002) kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dan mutu dalam industri pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan keyakinan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi masyarakat atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Menurut Kotler (Alma 2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007) yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

Beberapa perusahaan layanan pengiriman barang lebih mengutamakan kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan pelanggan. Pelanggan akan menilai suatu kualitas pelayanan perusahaan menggunakan indra penglihatannya. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan supaya memberikan kesan pertama bagi penilaian kepuasan pelanggan. Di era saat ini membuat para pelaku bisnis memutar otak untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang semakin banyak dan beragam. Pelanggan sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik. Ini merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku pembisnis untuk terus membuat para konsumen puas. Dampaknya adalah para perusahaan harus mulai berfikir bagaimana untuk meningkatkan produktifitas dengan efisien sebaik mungkin untuk dapat bersaing dan dapat memenuhi pilihan pelanggan. Semakin banyak masyarakat yang membutuhkan dan menggunakan jasa pengiriman maka perusahaan akan berlomba-lomba memberikan pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Oleh karena itu hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif. Jika persepsi pelanggan semakin baik terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi, sebaliknya jika persepsi pelanggan semakin buruk terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka kepuasan pelanggan akan semakin rendah.

Salah satu pengiriman jasa yang ada di Indonesia memiliki keinginan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan serta berkeinginan untuk mendorong pelanggan untuk terus menggunakan jasa pengiriman yaitu jasa J&T Express, yang bergerak dalam bidang pengiriman

barang. Bengkulu adalah salah satu Provinsi yang luas, membutuhkan adanya jasa pengiriman barang sebagai salah satu instrument pendukung aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat. Salah satunya adalah semakin pesatnya peningkatan aktivitas belanja online, yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja. Perkembangan bisnis online yang sangat pesat belakangan ini membawa pertumbuhan juga pada segmen industri pengiriman barang.

Ada beberapa pertimbangan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang, diantaranya yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. J&T Express di kota Bengkulu merupakan suatu perusahaan jasa pengiriman barang yang dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan manfaat yang diterima oleh pelanggannya. Untuk mencapai kepuasan J&T Express akan berupaya semaksimal mungkin untuk memperbaiki diri sebagai perusahaan jasa pengiriman barang dengan mengedepankan mutu kualitas pelayanan dengan manfaatnya dengan tujuan utamanya untuk memberikan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanannya terhadap pelanggan jasa pengiriman barang.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara singkat kepada salah satu pelanggan J&T Express saudari Nita mengatakan bahwa masih banyak kelemahan yang dimiliki perusahaan J&T Express seperti kurangnya komunikasi dalam status pengiriman paket, pelayanan yang kurang cepat, pengiriman yang sering tidak tepat waktu. Beberapa keluhan yang diungkapkan saudari Nita mengatakan bahwa tidak puas dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express, karena pengiriman yang sering tidak tepat waktu. Harapan saya kepada pihak J&T express agar dapat melakukan pengiriman paket dengan tepat waktu, tentu membuat konsumen tidak akan merasa loyal dan cenderung mencari alternatif lain untuk pengiriman paket. Saya juga masih berminat kembali untuk menggunakan jasa tersebut karena biaya pengiriman yang terjangkau, fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. Dan saya juga akan merekomendasikan produk yang telah saya rasakan kepada teman/kerabat dan juga orang lain karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan, fasilitas penunjang juga memadai.

METODE

Tempat penelitian yang akan diteliti adalah di J&T Express Kota Bengkulu. Di jalan Mahakam Raya, Lingkar barat, Gading Cempaka, Bengkulu Waktu penelitian dilakukan pada bulan April 2021. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Pada penelitian ini jenis penelitian kuantitatif *asosiatif*. Menurut Sugiyono (2013:116) penelitian asosiatif yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh antar variabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang menekankan pada fenomena-fenomena obyektif dan digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu dalam penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan J&T Express Kota Bengkulu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *incidental*. Teknik *sampling incidental* yang baik digunakan jika jumlah dan karakteristik populasi tidak diketahui sebelumnya. Menurut Hair et al, (2010) bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi $n \times 8$ *observed variable* (indikator) dan $n \times 10$ *observed variabel* (indikator). Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 10 yang digunakan untuk mengukur satu variabel terikat dan 2 variabel bebas, sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 8 \times 10 \\ &= 80 \end{aligned}$$

Sampel yang dipilih adalah konsumen yang menggunakan jasa via J&T Express sebanyak 80 orang.

Kuesioner atau daftar pertanyaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya tertutup dan harus diisi oleh responden dengan cara memilih salah satu alternative jawaban yang tersedia. Dalam kuesioner ini terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban dengan mempunyai makna dalam menguji hipotesa.

Selanjutnya jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam pemberian skor maka digunakan skala likert (Sugiyono, 2013: 34). Skala likert merupakan cara pengukuran yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Dalam prosedur skala likert yaitu menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuisisioner yang disebarakan, jawaban responden terdiri dari lima kategori yang bervariasi yaitu:

Tabel 1.
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Alternative Jawaban	Bobot nilai
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4
Amat Sangat setuju	5

Sumber : Sugiyono, 2013

Analisis deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain adalah kegiatan pengumpulan data, pengelompokkan data, penentuan nilai dan fungsi statistik, serta pembuatan grafik, diagram dan gambar.

Adapun analisis statistika deskriptif ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya. Statistika deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti rata-rata (mean), jumlah (sum) simpangan baku (*standard deviation*), varians (*variance*), rentang (*range*), nilai minimum dan maximum dan sebagainya. Uji yang digunakan adalah uji rata-rata menggunakan rumus (Sugiyono, 2013:143) :

$$X = \frac{\Sigma X}{N}$$

Keterangan:

X = Angka rata-rata

N = Jumlah responden

Σ = Nilai responden

Hasil dari jawaban responden tersebut kemudian diletakkan kerentang skala yang mempertimbangkan informasi interval penilaian sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

I = Interval

R = Range (Nilai tertinggi-Nilai terendah)

K = Jumlah Kategori

Setelah besarnya interval diketahui, kemudian dibuat rentang skala, sehingga dapat ditentukan penilaian persepsi responden terhadap variabel-variabel penilaian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.
Kriteria Tanggapan Responden

Interval	Kategori Penilaian
1.00-1.79	Sangat kurang baik
1.80-2.59	Kurang baik
2.60-3.39	Cukup baik
3.40-4.19	Baik
4.20-5.00	Sangat baik

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini juga adalah analisis regresi berganda bertujuan untuk memprediksi berapa besar kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menurut Sugiyono (2014:66), persamaan regresinya adalah: $Y = a + bX + e$

Di mana:

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel digunakan rumus menurut (Danang, 2013;199):

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisienkorelasi

Untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini, maka digunakan uji t. Menurut Ghazali (2016:97) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $> 0,50$ maka hipotesis ditolak (koefisien regres signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan nilai rata-rata sebesar 4,28. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel kualitas pelayanan (X) adalah pada kategori sangat baik. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan J&T Express terhadap semua pelanggan tanpa memandang status yang dimiliki sehingga siapapun pelanggan yang datang akan mereka layani dengan sepenuh hati, karyawan juga selalu bersikap sopan terhadap semua pelanggan, karyawan cepat tanggap dalam transaksi pembayaran, penampilan karyawan selalu rapi, ruang tunggu luas dan bila ada pelanggan yang memiliki masalah maka J&T Express akan menunjukkan kesungguhannya untuk menyelesaikannya. Namun masih ada sebagian konsumen yang merasa bahwa karyawan kurang memahami kebutuhan spesifik dari masing-masing konsumen. Selain itu ada sebagian konsumen juga merasa bahwa J&T Express kurang konsisten dalam pelayanan dan konsumen merasa bahwa J&T Express kurang bertanggung jawab dalam penanganan pelanggan akan masalah pelayanan dan pengiriman.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan nilai rata-rata sebesar 4,21. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah pada kategori sangat baik. Hal ini disebabkan karena pelanggan J&T Express merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan berminat kembali lagi untuk menggunakan jasa J&T Express, pelanggan juga bersedia untuk merekomendasikan J&T Express kepada teman/kerabat dan juga orang lain karena pelayanan yang memuaskan dan proses pengiriman juga cepat. Namun masih ada sebagian pelanggan yang merasa bahwa fasilitas penunjang yang diberikan perusahaan J&T Express belum puas karena area parkir yang kurang cukup luas sehingga hanya muat untuk satu atau dua buah mobil dan beberapa kendaraan bermotor saja.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.
Hasil Analisis Regresi linier Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.047	3.205		5.318	.000
	Kualitas_pelayanan	.175	.068	.281	2.588	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil penelitian dan data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas maka didapatkan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut: $Y = 17,047 + 0,175 (X) + e$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, diperoleh nilai konstanta sebesar 17,047. Hal tersebut bearti, apabila kondisi variabel kualitas pelayanan (X) dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) yang dihasilkan adalah sebesar 17,047
2. Nilai 0,175 pada variabel kualitas pelayanan (X) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Artinya jika kenaikan satu-satuan variabel kualitas pelayanan (X) maka mengakibatkan variabel kepuasan pelanggan (Y) meningkat sebesar 0,175.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.281 ^a	.079	.067	2.476	2.231

a. Predictors: (Constant), Kualitas_pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil penelitian dan data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Adjusted R square adalah sebesar 0,067 atau 6,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) sebesar 6,7%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.047	3.205		5.318	.000
	Kualitas_pelayanan	.175	.068	.281	2.588	.011

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil penelitian dan data diolah,2022

Berdasarkan hasil tabel 4.9 Pada variabel kualitas pelayanan (X) dengan tingkat signifikan 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (*P Value*) sebesar $0,011 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Kota Bengkulu. Hal ini berarti hipotesis diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada pelanggan jasa J&T Express Kota Bengkulu, melalui penyebaran kuesioner terhadap 80 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan J&T Express Kota Bengkulu. Dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 52 orang. Berdasarkan karakteristik usia lebih banyak didominasi sebanyak 35 orang. Dan berdasarkan banyaknya orang menggunakan jasa J&T Express rata-rata lebih dari 5 kali.

Dari hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,28. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel kualitas pelayanan (X) adalah pada kategori sangat baik. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan J&T Express terhadap semua pelanggan tanpa memandang status yang dimiliki sehingga siapapun pelanggan yang datang akan mereka layani dengan sepenuh hati, karyawan juga selalu bersikap sopan terhadap semua pelanggan, karyawan cepat tanggap dalam transaksi pembayaran, penampilan karyawan selalu rapi, ruang tunggu luas dan bila ada pelanggan yang memiliki masalah maka J&T Express akan menunjukkan kesungguhannya untuk menyelesaikannya. Namun masih ada sebagian konsumen yang merasa bahwa karyawan kurang memahami kebutuhan spesifik dari masing-masing konsumen. Selain itu ada sebagian konsumen juga merasa bahwa J&T Express kurang konsisten dalam pelayanan dan konsumen merasa bahwa J&T Express kurang bertanggung jawab dalam penanganan pelanggan akan masalah pelayanan dan pengiriman.

Kemudian dapat dilihat dari hasil tanggapan responden variabel kepuasan pelanggan (Y) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4,21. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah pada kategori sangat baik. Hal ini disebabkan karena pelanggan J&T Express merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan berminat kembali lagi untuk menggunakan jasa J&T Express, pelanggan juga bersedia untuk merekomendasikan J&T Express kepada teman/kerabat dan juga orang lain karena pelayanan yang memuaskan dan proses pengiriman juga cepat. Namun masih ada sebagian pelanggan yang merasa bahwa fasilitas penunjang yang diberikan perusahaan J&T Express belum puas karena area parkir yang kurang cukup luas sehingga hanya muat untuk satu atau dua buah mobil dan beberapa kendaraan bermotor saja.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan J&T Express Kota Bengkulu. Artinya apabila Kualitas Pelayanan meningkat, maka Kepuasan pelanggan pun juga akan meningkat. Seperti misalnya dengan penampilan karyawan yang rapi maka pelanggan akan merasa nyaman dan puas. Adanya fasilitas pendukung yang memadai juga tentunya akan sangat baik bagi para pelanggan yang datang ke J&T Express, hal ini harus terus dipertahankan bahkan ditingkatkan lagi agar kedepannya kualitas pelayanan di J&T Express ini menjadi semakin baik lagi.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh dibawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan

berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah ketika pelayanan harus mencapai tujuan dari pelayanan yang memberikan kepuasan pelanggan pengguna pelayanan tersebut. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Hal itu senada dengan pendapat (Parasuraman, 2005, Onsardi, et al. 2022), mengemukakan bahwa pelayanan yang berkualitas apabila masyarakat merasa puas, baik saat terjadi suatu proses pelayanan maupun pasca melakukan pelayanan harus terjadi kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian Yuliarmi dan Riyasa (2007) dan Yulinda, et al. (2022) secara bersama-sama atau simultan seluruh dimensi dari kualitas pelayanan yaitu faktor keandalan, faktor ketanggapan, faktor keyakinan, faktor empati, dan faktor berwujud berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial, faktor keandalan tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian Laurensius Boro Kereta (2014) secara simultan variabel faktor kehandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan secara parsial faktor keandalan, jaminan, bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sebaliknya faktor ketanggapan dan empati berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu dari Renata Riskia Agustyn (2013), Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu menurut Ferminda Manoppo (2013), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bengkulu. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan J&T Express Kota Bengkulu. Artinya apabila Kualitas Pelayanan meningkat, maka Kepuasan pelanggan pun juga akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Agustyn, R. R., & Santosa, S. B. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kantor Pos Purworejo). *Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013, Halaman 1-8.*

Dirgantoro, F. (2014). *Manage Your Career*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Dwianto, A. S., & Purnamasari, P. Analysis The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction Of Domestic Postal Parcels Kantor Pos Banjarmasin. *Proceeding International Seminar On Accounting For Society Bachelor Degree of Accounting Study Program, Faculty of Economy Universitas Pemulang Auditorium Universitas Pamulang, March, 21, 2018.*

Fandy, Tjiptono dan Gregorius. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi

- Hair, Jr Et.Al. (2010). *Multivariate data Analysis (7th E.d) United States*: Person
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS
- Ismail, T, & Yusuf, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung*. Jurnal ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi & Akuntansi) Vol 5 No 3, 2021, 413-423.
- Kereta, L. B. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Florest Timur.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucifindo Batam.
- Manoppo, Ferninda. (2013). Kualitas Pelayanan, dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA Vol. 1 No 4 Desember 2013, Hal 1341-1348*.
- Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Moenir. (2012). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi aksara.
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016*.
- Rahayu, D. R., & Fathoni, A. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (Studi Kasus pada Hotel Gumaya di Semarang). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (Studi Kasus pada Hotel Gumaya di Semarang) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi 2017 Page 1 of 8*.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta : Kemenkes RI
- Rien Rizqy, R. R., Warso, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang). *Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016*

- Sastradipoera. (2012). *Manajemen Marketing Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Bandung: Kapp-Sigma
- Schiffman dan Kanuk. (2017). *Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius. (2005). *Service, Quality, and Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia: Malang
- Umar, Husein. (2003), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia
- Yuliarmi, Ni Nyoman & Putu Riyasa. (2007). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar*, 12 (1), 9-14
- Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*, 7(2), 234-254.
- Zeithaml, Valarie A. & Bitner, M. J. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the firm*. McGraw Hill. New York