

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *E-TRACKING*, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PT INDAH CARGO LOGISTIK CABANG SURAKARTA)

Clarrisa Asma Hanifa¹⁾, Sri Hartono²⁾, Ratna Damayanti³⁾
^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta

¹ Email : clarrisaasmahanifa@gmail.com

² Email: Hartonosri61@gmail.com

³ Email: ratnadamainti@gmail.com

Abstract

In researching this has to find out whether the Effect of E-Tracking Service Quality, Price and Location on Customer Satisfaction at PT Indah Cargo Logistik Surakarta Branch. Researchers not know the number of population. Probability and nonprobability sampling techniques are sampling methods. The number of one hundred respondents. Multiple linear regression analysis as an analytical technique. The results in research showed that e-tracking services, prices and locations had an effect on overall good customer satisfaction.

Keyword : *E-Tracking Services, Prices, Locations, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi sangat cepat dan membuat masyarakat menginginkan sesuatu yang cepat dan praktis. Selain itu, saat membawa barang pengiriman dapat menjangkau daerah yang jauh dan sulit dijangkau. Jasa layanan antar barang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan. Untuk mendapatkan kinerja yang lebih baik. Tersedianya jasa layanan mengirim barang dari susah dijangkau menjadi mudah dijangkau oleh usahawan dan masyarakat lainnya.

Usahawan, khususnya pedagang dunia internet atau *e-commerce*, bergantung pada layanan antar barang untuk mengantar barang ke pembeli dari dalam negeri dan mancanegara. Animo masyarakat membeli barang secara online semakin meningkat. Akibatnya, jasa pengiriman pengiriman memiliki hubungan yang erat dengan pedagang. Dengan beragamnya jasa layanan antar barang di dalam negara, pedagang perlu memilih jasa layanan antar barang yang mumpuni

Banyak penyedia jasa pengiriman di Indonesia yang terpercaya. Kualitas layanan *e-tracking* yang tinggi dengan

berbagai layanan yang memudahkan pelanggan untuk memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Secara khusus, kualitas layanan *e-tracking* adalah faktor terpenting bagi pelanggan, karena pelanggan menjadi semakin penting ketika memilih penyedia layanan penerusan. Pelanggan akan menggunakan jasa layanan antar barang apabila memperlakukan dengan baik. Pelanggan puas ketika mereka menerima layanan yang baik atau diharapkan.. Menurut Fihartini dan Prasetyo (2017), layanan *e-tracking* (layanan pelacakan elektronik) adalah sistem perusahaan yang disediakan oleh perusahaan untuk memfasilitasi pelanggannya untuk mendapatkan informasi tentang barang mereka selama proses pengiriman dan mengeluarkan nomor resi. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan harga. Harga merupakan salah satu keberhasilan perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan (Firmansyah, 2018).

Lokasi merupakan faktor kompetitif yang penting untuk menarik pelanggan (Kotler, 2017). Untuk memastikan

kepuasan, jasa pengiriman harus dibedakan dari layanan pengiriman lainnya. Dalam menjalankan usahanya, seorang pengusaha harus memutuskan strategi apa yang ingin digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dapat membuat minat pengguna kembali berloyalitas baik (Poniman dan Choerudin, 2017)

Salah satu jasa pengiriman tersebut adalah PT. Indah Cargo Logistik, sebuah perusahaan kurir dan logistik berpusat di Jakarta. Berdasarkan kenyataan saat ini terdapat kebutuhan akan jasa pengiriman barang dalam dan luar negeri, maka kantor PT. Indah Cargo Logistik yang berbasis di Jakarta, telah melebarkan sayapnya dan membuka kantor di berbagai wilayah Indonesia.

Layanan E-Tracking

Kualitas layanan *e-tracking* merupakan bentuk layanan jasa pengiriman barang berbasis elektronik yang memudahkan konsumen untuk melacak lokasi kiriman.. Menurut Kotler & Keller (2012), kualitas layanan *e-tracking* berhubungan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan *e-tracking* dipahami sebagai bentuk dan upaya perusahaan untuk terwujudnya kebutuhan dengan permintaan masyarakat dan ketepatan metode penyampaian melalui media elektronik untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Menurut Shin et al. (2017), kepuasan konsumen pada industri jasa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas layanan, teknologi pelacakan sistem, dan harga yang ditawarkan.

Harga

Dalam bidang usaha, harga menjadi acuan penjualan produk di perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2009), harga adalah nominal yang dibayarkan untuk menggunakan jasa sesuai nilai jual. Harga adalah nilai patokan dalam keuangan untuk menjual produk di perusahaan

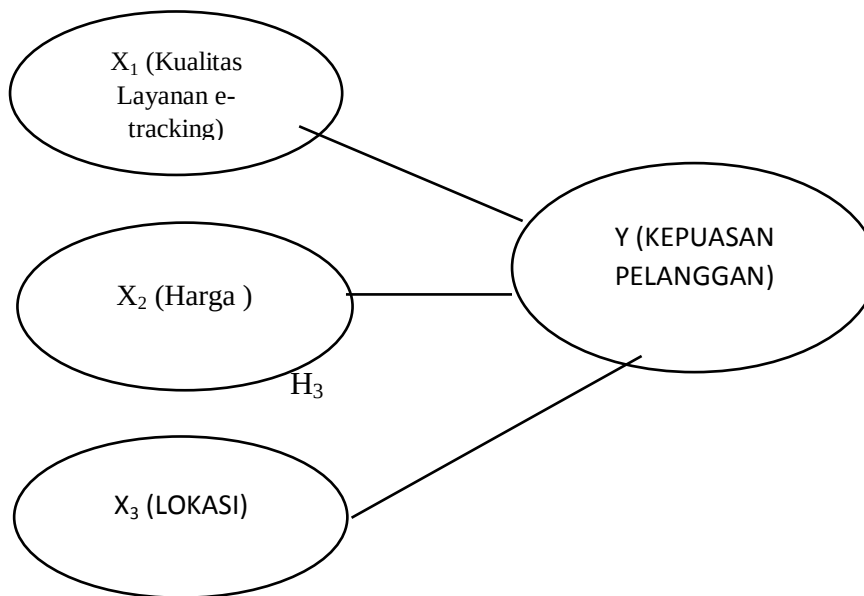
Lokasi

Lokasi adalah tempat atau letak pelaku usaha menawarkan dagangannya. Menurut Munawaroh (2013) Lokasi berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Menurut Heizer dan Render (2015) lokasi adalah mendorong mencari keberuntungann.

Kepuasan Pelanggan

Jika perusahaan ingin produknya tumbuh atau berkembang lebih jauh, maka harus mempunyai perbedaan yang tidak dimiliki kompetitor lainnya. Tapi intinya mereka mengatakan hal yang sama tentang kepuasan konsumen. Untuk mendapatkan kepuasan dari yang terdengar bagus, tenaga perlu diterapkan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017), kondisi perasaan pelanggan terhadap hasil perusahaan. Kemajuan sebuah usaha sangat bergantung dari kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat merespon sebuah produk jika produk tersebut dapat menarik .Pelanggan akan membeli lagi atau repeat order jika memiliki standar tersendiri dari suatu kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah evaluasi kualitas atau karakteristik layanan memiliki hasil terbaik kepada konsumen

Kerangka Penelitian



Keterangan:

1. H_1 = Berpengaruh antara kualitas layanan *e-tracking* dengan kepuasan pelanggan PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta
2. H_2 = Berpengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta.
3. H_3 = Berpengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Seluruh pengguna jasa layanan antar PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta menjadi populasi dalam penelitian ini. Metode dalam meneliti dengan kuantitatif,

Populasi dan Sampel

Populasi ini hanya terdiri dari pengguna jasa layanan antar barang PT Indah Cargo Logistik cabang Surakarta. Dalam penelitian ini penulis menggunakan angka tak terhingga karena populasinya tidak diketahui dan kerahasiaannya dijaga oleh PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta. Populasi ini adalah pelanggan

PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta.

Sumber Data

Data pertama kali dalam meneliti dari pengguna jasa layanan antar barang dari PT Indah Cargo Logistik Cabang Surakarta. Data primer adalah data pendukung dalam meneliti. Yang diperoleh dari referensi buku dan jurnal di perpustakaan Universitas Islam Batik Surakarta, penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Mengumpulkan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dokumen, dan studi Pustaka

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1

Variabel	Unit	Rhitung	Rtabel	Pernyataan
Harga (X ₂)	M1	0,26	0,3	Sah
	M2	0,401	0,3	Sah
	M3	0,386	0,3	Sah
	M4	0,496	0,3	Sah
	M5	0,513	0,3	Sah
	M6	0,442	0,3	Sah

Tabel 2

Kualitas Layanan *E-Tarcking* (X₁)

Harga (X₂)

Variabel	Unit	Rhitung	Rtabel	Pernyataan
Kualitas layanan <i>e-tracking</i> (X ₁)	M1	0,264	0,3	Sah
	M2	0,369	0,3	Sah
	M3	0,388	0,3	Sah
	M4	0,432	0,3	Sah
	M5	0,472	0,3	Sah
	M6	0,438	0,3	Sah

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item kualitas layanan *e-tarcking* di kuesioner 6 item mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut valid.

Dari tabel diatas, dapat ditunjukan semua pernyataan harga yang ada di pertanyaan 6 item mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut sah.

Tabel 3 Lokasi (X₃)

Tesaurus	unit	Rhitung	Rtabel	Pernyataan
Lokasi (X ₃)	M1	0,438	0,3	Sah
	M2	0,49	0,3	Sah
	M3	0,665	0,3	Sah
	M4	0,568	0,3	Sah
	M5	0,313	0,3	Sah
	M6	0,462	0,3	Sah

Dari tabel diatas, dapat ditunjukkan semua pernyataan kepuasan pelanggan yang ada di pertanyaan 6 item mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut sah.

Dari tabel diatas, dapat ditunjukkan semua pernyataan lokasi yang ada di pertanyaan 6 item mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut sah.

Tabel 4 Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	unit	Rhitung	Rtabel	Pernyataan
Kepuasan Pelanggan (Y)	M1	0,38	0,3	Sah
	M2	0,39	0,3	Sah
	M3	0,65	0,3	Sah
	M4	0,58	0,3	Sah
	M5	0,53	0,3	Sah
	M6	0,52	0,3	Sah

Tabel 5
Uji konsistensi

Tesaurus	Reabilitas	Tanda	Pernyataan
Kualitas layanan e-tracking	0,765	>	reliable
Lokasi	0,825	>	reliable
Harga	0,835	>	reliable
Kepuasan Pelanggan	0,895	>	reliable

Tabel 6
Hasil Uji multiple regression

Bahan	Koefisien Regresi	
	B	Kelemahan
(Konstan)	2.678	1.711
Kualitas Layanan E-Tracking (X ₁)	.482	.085
Lokasi (X ₃)	.263	0.65

$$Y = a + d_1X_1 + d_2X_2 + d_3X_3 +$$

Berdasarkan Tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang pada tesaurus dalam penelitian ini reliabilitas, sehingga instrument ini dapat digunakan sebagai alat untuk ukur penelitian ini.

Tabel 7		
Uji Koefisien Determinasi		
R	R awal	R akhir
.743 ^a	.552	.538

Dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai r akhir (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,538. Maka dapat disimpulkan yaitu teasurus sendiri dari kualitas layanan *e-tracking* (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) memberi sumbangan terhadap teasurus penghubung yaitu

3.2 Pembahasan

Pengaruh kualitas layanan *e-tracking* terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta. Berdasarkan dari menggunakan SPSS, koefisien hitung $>$ regresi tabel ($4,500 > 2,988$) dan nilai *signifikan* sebesar $0,000 >$ dari 0,5. Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mendukung hasil yang dilakukan oleh Fihartini dan Prasetyo (2016), Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan *e-tracking* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta.

Berdasarkan dari menggunakan SPSS t hitung $>$ t tabel ($4,425 > 2,988$) dan Penelitian ini didukung hasil dengan Poniman dan Choerudin, (2017), Munawaroh (2013) menyatakan bahwa lokasi berhubungan terhadap kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

1. Kualitas layanan *e-tracking* memiliki berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta, sebesar 53,8% sedangkan lainnya sebesar 46,2% didonorkan dengan yang lainnya. Lainnya tersebut misalnya iklan, fasilitas, dan lain sebagainya.

$>$ *signifikan* sebesar 0,001. Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendukung hasil yang dilakukan oleh Kotler (2017), Warpani (2002) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS t hitung $>$ t tabel ($4,525 > 1,988$) dan *signifikan* sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka kesimpulan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

loyalitas pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta.

2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta.
3. Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta

Saran

1. Kepada PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta agar lebih meningkatkan kembali kualitas layanan e-tracking.
2. PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta untuk dapat melakukan

- persaingan sehat mengenai harga agar pelanggan loyal.
3. PT Indah Logistik Cargo Cabang Surakarta diharapkan untuk menyediakan lokasi lebih luas, tetap menjaga kebersihan, dan kerapian meningkatkan faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, semoga menjadi bahan rujukan untuk referensi skripsi, dan bisa menjadi bahan referensi berkualitas selanjutnya

5. REFERENSI

- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, Volume 8 No 2
- Munawaroh, Munjiati. (2013). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY.
- Muawanah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jakarta (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Heizer, Jay and Render Barry, (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Persada
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip dkk, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta :Erlangga
- Lovelock, C, dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. (2011). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- supranto. (2006). *mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy., 2010, *Strategi Pemasaran*. Jogjakarta: Penerbit Andi Tjiptono.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2001). A. (2001).

Conceptual framework for
understanding e-service quality:
Implication for future research and

managerial practice. MSI Working
Paper Series, No. 00-115.
Cambridge, MA