KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF PENGIRIMAN (STUDI PELANGGAN SI CEPAT EXPRESS GAYAM SUKOHARJO)

Inggit Giovani[1], Eny Kustyah[2], Sri Hartono[3]
Universitas Islam Batik Surakarta
[1]Email: inggitgiovani69@gmail.com
[2]Email: kustiyahuniba@gmail.com
[3]Email: hartonosri61@gmail.com

Abstract: *The study aims to determine whwther the quality of servie and shipping rates affect customer satisfction. The type of research used is using quantitaitive methods. The population in this study were all customers of Si Cepat Express Gayam Sukoharjo, totaling 985 people in the period February 2022 – April 2022. The sample used in the study was 100 respondenst using the Arikunto formula. In this study the techniques useed to analyze the data is the research instrumen test, classical assumption test, and hypothesiss testtng. The data obtained in the study were from the result of the questionairre, the further data were processed and then testedusing statistics withe the SPSS 16 analysis tool. The result of the study statd that the test ofservice quality and shipping rates had a positive and significant effecton customer satisfaction of Si Cepat Express gayam Sukoharjo. The coefisient of detremination shows that the service quality variable and shipping rates have an influence of 53.8% on Si Cepat Express customer satisfaction. The moost dominant influence in customer satisfaction in the quality of service which is 4,500.*

Keywords : *Service Quality, Shipping Rates, and Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini perkembangan di dunia usaha yang bergerak dibidang distribusi barang semakin berkembang pesat, karena seiring berkembangnya teknologi dan informasi yang semaki maju banyak masyarakat Indonesia mulai berpindah ke digital market. Di zaman yang sudah modern ini banyak bermunculan bisnis *online shop* yang dapat mempermudah masyarakat dalam proses jual beli jarak jauh.

Pada saat ini bisnis jasa pengiriman sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam sehari- hari, hal ini membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan untuk memilih ekspedisi yang bisa diandalkan, kualitas pelayanan yang memuaskan, dan tarif yang ekonomis. Dengan tersedianya jasa pengiriman barang mempunyai peranan penting sebagai perantara antara penjual dan pembeli yang dapat meningkatkan proses distribusi ke suatu wilayah. Semakin maraknya penjualan online dan tingginya tingkat pengiriman barang diharapkan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dan memperhatikan keamanan dalam proses pengiriman.

Kunci utama suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memberikan jasa yang berkualitas dengan tarif yang sama dan penyampaian produk yang baik seerta jelas agar pelanggan merasa puas (Novi & Sutrisn, 2017). Faktor utama untuk medapatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan adanya kualitas pelayanan, apabila kualitas pelayanan sudan memenuhi harapan maka munculah kepuasan (Relita et al., 2016).

Selain kualitas pelayanan tarif pengiriman juga mempunyai faktor utana dan memiliki peranan yang berarti dalam mempengaruhi kepuasan. Apabila biaya yang diberikan perusahaan

setara dengan mutu jasa maka akan muncul kepuasan kepada pelanggan (Nadhila, 2021). Kunci strategi perusahaan dalam menjalankan bisnis yaitu tarif harga, karena tinggi rendahnya harga bersifat relatif (Diana Faradisa et al., 2021)

Sebagai perusahaan jasa pengiriman barang Si Cepat Express Gayam Sukoharjo harus lebih meningkatkan kinerja pelayanan pengirimanya yaitu dengan lebih fokus pada perbaikan pada sistem pengiriman barang. Dalam kepuasan pelanggan terdapat hasil kinerja dan pelayanan yang baik maka akan berpengaruh pada image perusahaan (Rifaldi et al., 2019).

Sesuai pemaparan diatas tujuan penlitian ini yaitu untuk mengetahui apaakah kualitas pelayanan dan tarif pengiriman berdampak pada kepuasan pelanggan Si Cepat Express Gayam Sukoharjo.

2. LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu suatu suasana gembira atau sedih manusia yang didapatkan dari perbandingan penampilan produk atau hasil sesuai harapan. Ada beberapa aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Juwandi, 2004:37) yaitu: kualitas produk, pelayanan, biaya danfaktor emosional.

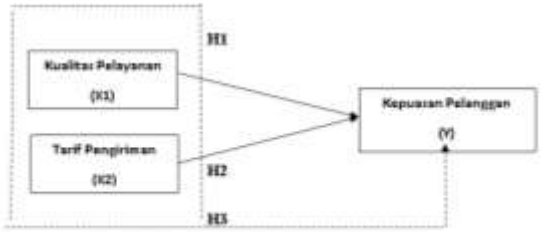
Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2014: 268) kualitas pelayanan yaitu segala cara untuk memenuhi keinginan yang berfokus pada penyampaianya untuk menanggapi harapan pelanggan. Terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu: tangile, reliability, responsivinees, assurance, dan empaty.

Tarif Pengiriman/ Harga

Harga yaitu sesuatu yang mengacu tentang apa yang diberikan pada konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan mengunakan nilai mata uang (Amstrong, 2013). Ada beberapa indikator harga yaitu kualitas produk, kegiatan promosi, dan tingkat persaingan customer.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Diduga secara parsialdan simultan kualitas pelayanan serta tarif pengirman berpengaruh positifdan signifiikan pada kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Pengujian yang dilakukan penelitian ini adalah kuantitatif deskripstif, penelitian yang dilakukan di jasa pengiriman Si Cepat Express Gayam Sukoharjo yang populasinya berjumlah 985 pelanggan dalam kurun waktu bulan Februari 2022 – April 2022. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunaakan rumus Arikunto. Teknik

pengmabilan sample yaitu *Accidental Sampling.* Teknik pengumpulan data dengan secara observasi, wawancara, kuesioner.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y_1	0,583	0,444	Valid
		Y_2	0,468	0,444	Valid
		Y_3	0,593	0,444	Valid
		Y_4	0,642	0,444	Valid
		Y_5	0,869	0,444	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X1)	X1_1	0,602	0,444	Valid
		X1_2	0,735	0,444	Valid
		X1_3	0,878	0,444	Valid
		X1_4	0,565	0,444	Valid
		X1_5	0,640	0,444	Valid
3	Tarif Pengiriman (X2)	X2_1	0,933	0,444	Valid
		X2_2	0,954	0,444	Valid
		X2_3	0,531	0,444	Valid
		X2_4	0,884	0,444	Valid
		X2_5	0,869	0,444	Valid

Sumber : Data SPSS diolah Peneliti, 2022

Menurut tabel 1 ditemukan nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ 0,444 maka semua item pertanyaan di nyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,625	> 0,6, reliable
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,725	> 0,6, reliable
Tarif (X_2)	0,897	> 0,6, reliable

Sumber: Data SPSS diolah Peneliti, 2022.

Berdasarkan tabel 2, maka nilai dari *Cronbach's Alpha* keseluruhannya diatas 0,60 yang artinya seluruh item di nyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74443388
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.032
Kolmogorov-Smirnov Z		.458
Asymp. Sig. (2-tailed)		.985

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Hasil tabel 3 uji normalitass terdapat nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,985 ataulebih > dari 0,05, hal ini menunjukan bahwa hasil seluruh varibel di nyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

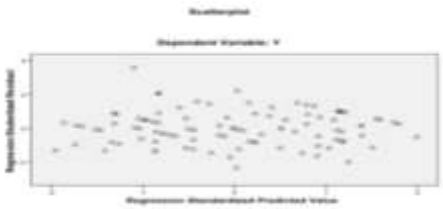
Tabel 4
Hasil Uji Multikolineritas

No	Variabel	*Tolerance*	VIF	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0.671	1.490	tidak terjadi multikolinieritas
2.	Tarif Pengiriman	0.704	1.420	tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4 uji multikolinieritas menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan tarif pengiriman memiliki nilai VIF yang < yaitu di bawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 hal ini dinyatakan bahwa semua varibel dependen dinyatakan terbebas multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil *Output* SPSS, 2022
Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 uji heterokedastisitas grafik scatterplot menunjukan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada output yang diteliti.

Analisis Regresi Linier Berganda

y = 2,678+ 0,382 X1+0,263X2 + e

a) Nilai konstanta sebesar 2,678 bernilai positif yang menunjukan bahwa variabel independen tidak mengalami kenaikan maka variabel dependen meningkat sebesar 2,678 satuan.
b) Koefisien kuaalitas pelayanan sebesar 0,382 yang artinya jika tarif pengiriman 0 sedangkan kualitas pelayanan meningkat 1, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,382satuan.
c) Koefisien tarif pengiriman sebesar 0,253 yang berarti kualitas pelayanan = 0, sedangkan tarif pengiriman meningkat 1 maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,253 satuan.

Uji Hipotesis

1. Uji F

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371.468	3	123.823	39.459	.000[b]
	Residual	301.282	96	3.138		
	Total	672.750	99			

a. Predictors: (Constant), PI, KMP, TP

b. Dependent Variable: KK

Hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ (39,459 > 2,70) dan nilai signifikan sebesar0,000 < dari0,05 yang artinya Ho ditolak. Maka disimpulkan kualitas pelyanan dan tarif secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan Si Cepat Ekpress Gayam Sukoharjo.

2. Uji T

Tabel 6 Hasl Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.678	1.711		1.566	.121		
	X1	.382	.085	.375	4.500	.000	.671	1.490
	X2	.263	.075	.287	3.525	.001	.704	1.420

a. Dependent Variable: KK

a) Hipotesis menghasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,500 > 1,988) dan nilai signifikan sebesar0,000 lebih kecil dari 0,05, yang artinya Ho tidak diterima dan Ha diterima, sehingga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Si Cepat Express Gayam Sukoharjo.
b) Hasil hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,525 > 1,988) dan nilai sigifikan yang sebesar 0,001 < dari 0,05 yang berati Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga tarif pengiriman memiliki pengaruh yang signifiikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Tabel 7 Hasil Uji (R_2)

R	R Square	Adjusted R Square
.743[a]	.552	.538

Sumber : Hasil *Output* SPSS, 2022.

Berdasarkan perhitungan yang menggunakan SPSS, hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,538 (53,8%), yang berarti bahwa variasi variabel kualitas pelayanan dan tarif pengiriman memberi sumbangan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar (53,8%) dan sisanya 46,2%).

3.2. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Si Cepat Express Gayam Sukoharjo.

Berdasarkan perhitungan yang menggunakan SPSS, $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,500 > 1,988) sedangkan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka hipotesis satu dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, apabila kualitaspelayanan dinaikan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan menggunakan penelitian (Aditya Irawan, 2018) yang menyatakan bahwa pelayanan mempunyai efek yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh tarif pengiriman terhadap kepuasan pelangan Si Cepat Express Gayam Sukoharjo.

Berdasarkan hasil perhitungan yang menggunakan SPSS, $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,525 > 1,988) dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecildari 0,05. Maka hipotesis kedua menytakan bahwa terdapat pengaruh signifikan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, apabila tarif pengirman dinaikan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil observasi ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Srijani, 2017) menggambarkan bahwa tarif berpengaruh signifikan pada variabel Y.

5. PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan dan tarif pengiriman berpengaruh postif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Si Cepat Express Gayam Sukoharjo.
2. Kualits pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasanpelanggan Si Cepat Express Gayam Sukoharjo.
3. Tariif Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Si cepat Expres Gayam Sukoharjo

Saran

1. Sebaiknya perusahaan tetap menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan pada jasa pengiriman Si Cepat Exxpres Gayam Sukoharjo.
2. Sebaiknya perusahaan tetap menjaga dan mempertahankan tarif pengiriman yang diberikan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Irawan, N. S. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Fasilitas Kantor, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Perdagangan Kota Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, *7*(1), 265–278.

Amstrong, K. dan. (2013). *Pengaruh Harga Tiket Pesawat dan Kualitas Pelayanan Bandar Udara terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat di Masa Pandemik Covid-19 Pada Bandar Udara Internasional Ngurah Rai Bali*. *2011*, 17–38.

Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *28*(1), 143–148.

Diana Faradisa, S., Sadiqin, A., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Farah Cell*. *2*(1), 56.

Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi,*

Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, *6*(3), 1658–1667. https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411

Nadhila. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan M22 Mini Cafe Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, *10*(6), 1–15.

Novi, H. E., & Sutrisn, E. (2017). Abstract Effect of Service Quality and Price To Customer Satisfaction (Study Pt. Jne Pekanbaru). *Jom FISIP*, *4*(2), 1–15.

Relita, D. T., Astikawati, Y., & Siwandari, E. (2016). JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *1*(2), 64–74.

Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, *7*(1), 1.

Srijani, N. (2017). Di Aston Madiun Hotel & Conference Center Ninik Srijani , Achmad Sukma Hidayat Universitas PGRI Madiun Pendahuluan Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang . Melihat kondisi tersebut menyebabkan para p. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, *7*, 31–38.