

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JNT BONDOWOSO CABANG PRAJEKAN

Ulin Nadiyah ¹, Feti Fatimah ², Jekti Rahayu³

Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
¹ulinnadiyah50@gmail.com

Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
²fetifatimah@unmuhjember.ac.id

Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
³Jektirahayu@unmuhjember.ac.id

ABSTRACT

The quality of administration is a root and an important factor that can give satisfaction to its clients, so that clients feel happy with the administration given. The purpose of this study was to determine the effect of administrative quality on consumer loyalty in JNT Bondowoso Prajekan Branch. This investigation makes use of important information sourced from direct perceptions and tailored polls of respondents which are then broken down with various direct relapse examinations. The consequences of information investigations show that actual evidentiary factors (physical assets), dependability (unshakable quality), responsiveness, confirmation (affirmation), sympathy (empty) affect consumer loyalty to the administration of JNT Prajekan Bondowoso Branch. Key words: quality of administration, customer loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction

A B S T R A K

Kualitas layanan merupakan akar dan faktor penting yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, sehingga konsumen merasa senang dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di JNT Cabang Bondowoso Prajekan. Penelitian ini memanfaatkan informasi penting yang bersumber dari persepsi langsung dan polling yang disesuaikan dengan responden yang kemudian dirobokan dengan berbagai pemeriksaan langsung kambuh. Konsekuensi investigasi informasi menunjukkan bahwa faktor bukti berwujud (tangibles), keandalan (reability), daya tanggap(responsiveness) jaminan (assurance), simpati (emphaty). Berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada JNT Cabang Prajekan Bondowoso. Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

Keywords: Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang saat ini semakin meluas terkait dengan semakin maraknya permintaan masyarakat Indonesia akan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan daerah yang tinggi akan layanan pengangkutan produk, yang telah menjadi peluang usaha yang berbeda bagi para pelaku usaha penghibur. Bisnis usaha adalah bisnis yang sibuk dengan administrasi, sesuai dengan Kotler dan Keller (2012), administrasi adalah tindakan atau keuntungan apa pun yang ditawarkan oleh satu pertemuan ke pertemuan lain dan pada dasarnya tidak penting, dan tidak menimbulkan tanggung jawab. Pencapaian suatu organisasi dalam menawarkan jenis bantuan yang berkualitas dapat ditentukan oleh metodologi kualitas bantuan yang telah dibuat yang merupakan kondisi unik yang diidentifikasi dengan item administrasi, siklus manusia dan iklim dalam perilaku yang memenuhi atau melampaui asumsi. Kemudian, menurut Stanton (2010), administrasi adalah tindakan yang dapat dikarakterisasi secara independen yang bersifat immaterial, yang merupakan pemenuhan persyaratan, dan tidak perlu dilampirkan pada penawaran item atau administrasi yang berbeda. Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa kualitas bantuan adalah metode kerja organisasi yang mencoba melakukan peningkatan kualitas tanpa henti pada siklus, item, dan administrasi yang dibuat oleh organisasi. Semakin banyaknya klien administrasi pengiriman yang salah satunya adalah klien administrasi JNT, tentunya kualitas administrasi kepada pembeli perlu dipertimbangkan. Dalam investigasi ini terdapat lima unsur kualitas administrasi untuk meningkatkan kualitas administrasi: Aset fisik (substansial), Dependability (kualitas tak tergoyahkan), Responsiveness (responsiveness), Confirmation (memastikan), Empty (simpati). Penelitian terdahulu yang dipimpin oleh Andayani (2017) tentang pengaruh kualitas administrasi terhadap loyalitas konsumen menunjukkan hasil penelitiannya bahwa faktor Aset Fisik (substansial), (ketergantungan), (daya tanggap), Konfirmasi (penegasan), Empty (simpati) berakhir Hingga menjadi besar, baik Simltan maupun setengah jalan, pada loyalitas konsumen di PT.SUCOFINDO batam, sangat mungkin ditemukan bahwa sifat administrasi atau kualitas administrasi sangat mempengaruhi pemenuhan pelanggan.

PT. Karya Niaga Abadi (JNT) atau lebih dikenal dengan JNT merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman logistic yang berpusat di kota jakarta. Dalam mengakui kepuasan konsumen, JNT meningkatkan kualitas layanan yang melampaui asumsi pembeli. Mengingat citra teratas Indonesia, tingkat loyalitas konsumen yang menggunakan layanan administrasi pengiriman di JNT telah meningkat dari 2018 menjadi 1,9%, dan pada 2019 meningkat lagi menjadi 20,3% (naik 7% dan dari tahun sebelumnya) dan terus menerus bertambah walaupun JNT terus mengalami peningkatan kepuasan pelanggan ternyata masih ada beberapa keluhan yang di dapatkan dari konsumennya. Keluhan yang di dapatkan perusahaan JNT bondowoso masih melakukan kesalahan pada saat pengiriman barang dan selalu ada complain. Dari data lima tahun terakhir masih terjadi complain yang diterima oleh perusahaan seperti keterlambatan pengiriman, hal ini disebabkan kurang baiknya kualitas pelayanan PT. Karya Niaga Abadi (JNT) bondowoso cabang prajekan sehingga menyebabkan banyak keluhan dari konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan tentu harus dimulai dari *Tangibles* (berwujud), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness*

(ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Emphty* (empati). Maka dari itu kualitas pelayanan yang baik sangatlah diharapkan oleh konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Dari pernyataan tersebut, penulis mencoba untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan untuk itu perlu adanya dilakukan penelitian.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis Penelitian ini kuantitatif, Variabel independen / bebas dalam penelitian ini meliputi : *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphty*. Sedangkan variabel dependen / terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan pada konsumen pengguna JNT bondowoso cabang prajekan sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, website, dokumentasi, internet dan data tulis lainnya.

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen pengguna JNT bondowoso cabang prajekan, sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan kriteria sebagai berikut : pernah menggunakan jasa ekspedisi JNT bondowoso cabang prajekan, batas umur yang digunakan sebagai responden peneliti berusia minimal 17 tahun karena sudah mampu mengambil keputusan dengan baik, dan pendapatan konsumen perbulan. Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Untuk menentukan ukuran sampel penulis menggunakan pendapat Roscoe dalam menentukan jumlah sampel

Roscoe dalam Sugiyono (2015:74) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian muhrlate (korelasi atau regresi berganda). Ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Berikut ini perhitungan jumlah sampel menurut Roscoe :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah variabel penelitian} \times 10 \\ &= 5 \times 10 \\ &= 50 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Mengingat referensi tersebut, contoh pengujian ini adalah perkalian jumlah faktornya, maka contoh yang akan digunakan adalah 50 responden.

Jenis Sumber Data

Data Primer

a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek peneliti. Dalam penelitian ini diperoleh informasi dari Hasil kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan JNT bondowoso cabang prajekan.

b. Data Sekunder

Data sekunder, adalah informasi yang diperoleh dari pertemuan yang berbeda sebagai buku yang diidentifikasi dengan topik yang diperiksa, situs, dokumentasi, web dan informasi tersusun lainnya yang digunakan sebagai bahan referensi atau sumber, informasi opsional dalam eksplorasi yang digunakan adalah informasi protes pelanggan dari konsumen JNT. Cabang Bondowoso Prajekan

Teknik Pengumpulan Data Questioner

a. Kuesioner

merupakan metode pengumpulan informasi dengan menyampaikan beberapa pertanyaan dan artikulasi yang didalangi secara efisien, dicatat dalam bentuk hard copy dan dilingkari kepada responden yang dalam pemeriksaan ini merupakan nasabah JNT Bondowoso cabang Prajekan dengan mengedarkan survei melalui struktur google form konsumen.

b. Dokumentasi

Yang di maksud dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh dari pertemuan yang berbeda, seperti buku yang diidentifikasi dengan masalah web dan informasi tersusun lainnya.

c. Study Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan studi literature yang berhubungan atau yang dapat menunjang terhadap penelitian

Pengukuran Variabel

Pengukuran skala yang digunakan peneliti untuk memberitahu tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang telah dibuat dengan menggunakan *skala likert*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala linkert digunakan untuk menganalisis . . *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Peneliti menggunakan skala pengukuran data yaitu teknik skala linkert yang bersekala 1 sampai 5 :

1. Sangat setuju : skor 5
2. Setuju : skor 4
3. Netral : skor 3
4. Tidak setuju : skor 2
5. Sangat tidak setuju : 1

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner .Sebuah jajak pendapat seharusnya sah jika pertanyaan dalam survei dapat mengungkap sesuatu yang akan diperkirakan oleh survei (Ghozali, 2016) Legitimasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini (contect legitimacy) menggambarkan kesesuaian suatu ukuran informasi dengan apa yang diperkirakan (Ferdinand, 2006). Biasanya digunakan untuk mengetahui hubungan antara skor tiap instrumen dengan skor lengkap (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini, dalam menguji keabsahan tenaga ahli yang menggunakan alat penaksir dengan program PC, yaitu SPSS 22 (bundel statis untuk sosiologi). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan angka r dan r tabel yang telah ditentukan. Perhitungan dicari dengan membandingkan r check dan r tabel yang ditentukan. R check dilihat melalui penggunaan SPSS dan r tabel dilihat dengan melihat tabel r dengan kondisi dasar r adalah 0.05 (Sugiyono, 2011).

- a. Apabila r hitung $>$ dari r tabel item tersebut dapat dikatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ dari r tabel item tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas

| Varibel | R tabel 5% (50) | R Hitung | Signifikasi | Keterangan |
|-----------------------|-----------------|----------|-------------|------------|
| Tangibles (X1) | 0,279 | 0,801 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,729 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,741 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,778 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,809 | 0,000 | Valid |
| Reability (X2) | 0,279 | 0,742 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,819 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,782 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,871 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,771 | 0,000 | Valid |
| Responsivene ss (X3) | 0,279 | 0,849 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,854 | 0,000 | Valid |
| Assurance (X4) | 0,279 | 0,830 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,811 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,810 | 0,000 | Valid |
| Emphaty (X5) | 0,279 | 0,750 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,850 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,842 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 0,279 | 0,791 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,856 | 0,000 | Valid |
| | 0,279 | 0,823 | 0,000 | Valid |

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua faktor sah, dengan alasan r esteem yang ditentukan lebih menonjol dari 0,279 dan r tabel 0,279, instrumen dalam penelitian ini dikatakan substansial.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk memperoleh hasil pemeriksaan yang substansial dan solid dan digunakan untuk mengukur kadang-kadang untuk menyampaikan informasi serupa (konsistensi). Kemudian sebagaimana diindikasikan oleh Imam Ghozali (2018: 45) kualitas tak tergoyahkan merupakan alat untuk mengestimasi suatu survei yang merupakan instrumen penaksir build atau variabel. Sebuah jajak pendapat dikatakan dapat diandalkan atau solid jika respons seseorang terhadap pernyataan tersebut dapat diprediksi atau stabil sesekali.

Hasil dari uji reabilitas dapag digambarkan sebagai berikut :

Tabel 2 : Hasil Uji Reabilitas

| Variabel | Cronbach Alpa | Pembandin g | Keterangan |
|-----------------------|---------------|-------------|---------------------|
| Tangibles (X1) | 0,827 | 0,60 | Reabilitas Diterima |
| Reability (X2) | 0,843 | 0,60 | Reabilitas Diterima |
| Responsiveness (X3) | 0,621 | 0,60 | Reabilitas Diterima |
| Assurance (X4) | 0,751 | 0,60 | Reabilitas Diterima |
| Emphaty (X5) | 0,741 | 0,60 | Reabilitas Diterima |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 0,756 | 0,60 | Reabilitas diterima |

Sumber: Data Primer yang telah diolah , 2021

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa dari hasil SPSS masing-masing faktor dari uji reabilitas tak tergoyahkan menunjukkan nilai absolut lebih dari 0,60, sehingga diharapkan dapat diandalkan atau dapat diprediksi. Hal ini sesuai pernyataan Wiranata (2014) jika harga Alpa Cronbach > 0.60, survei atau polling tersebut diucapkan dapat diandalkan atau stabil.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang layak atau tidak (Sugiyono, 2012).

Tabel 3 : Uji Multikolonieritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|----------------|-----------|-------|-----------------------------|
| Tangibles | 0,376 | 2,662 | Tidak ada Multikolonieritas |
| Reability | 0,496 | 2,018 | Tidak ada Multikolonieritas |
| Responsiveness | 0,373 | 2,680 | Tidak ada Multikolonieritas |
| Assurance | 0,382 | 2,619 | Tidak ada Multikolonieritas |
| Emphaty | 0,384 | 2,606 | Tidak ada Multikolonieritas |

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 diatas, terlihat bahwa semua variabel independen yaitu tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan empathy memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, menurut Ghazali Uji coba asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang layak atau tidak (Sugiyono, 2012). (2018) nilai cutoff yang umum digunakan menunjukkan adanya

multikolinieritas adalah nilai tolerance < 10 dan nilai VIF $> 0,1$. Sehingga data diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan

**Tabel 4.26 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N | | 50 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.03726087 |
| | Most Extreme Differences | |
| | Absolute | .070 |
| | Positive | .063 |
| | Negative | -.070 |
| Test Statistic | | .070 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

Sumber: data yang telah diolah, 2021

Mengingat uji terukur biasa pada tabel di atas, menunjukkan nilai $0,200 > 0,05$ yang sangat besar, sehingga cenderung dianggap bahwa informasi tersebut biasanya berdistribusi normal.

Uji Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah memenuhi persyaratan asumsi klasik, semua data biasanya berdistribusi normal . model harus terbebas dari gejala multikolinearitas dan heterokedastisitas Dari pemekrisaan yang dilakukan terlihat bahwa model persamaan dalam penelitian ini dinilai sangat baik. Analisis regresi digunakan menguji hipotesis tentang dampak secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan regresi linear berganda dengan program SPSS versi 20,0 hasil yang menyertai diperoleh

:

Tabel 1 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi | Standar Error | t hitung | Sig. |
|---------------------------------|-------------------|---------------|----------|-------|
| X1 | 0,181 | 0,056 | 3.202 | 0,003 |
| X2 | 0,113 | 0,047 | 2.404 | 0,021 |
| X3 | 0,394 | 0,121 | 3.257 | 0,002 |
| X4 | 0,170 | 0,081 | 2.096 | 0,042 |
| X5 | 0,225 | 0,100 | 2.551 | 0,014 |
| Constanta | : 2.458 | | | |
| Koefisien Determinasi (R^2) | : 0,884 | | | |
| Multiple Corelation (R) | : 0,940 | | | |

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,458 + 0,181x_1 + 0,113x_2 + 0,394x_3 + 0,170x_4 + 0,255x_5$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen X_1

: Tangibles

X_2 :

Reability

X_3 : Responsiveness

X_4 : Assurance

X_5 : Emphaty

Dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- Konstanta = 2,458 artinya tanpa dipengaruhi oleh tangibles, reability, responiveness, assurance, emphaty maka nilai kepuasan konsumen adalah sebesar 2,458 satuan.
- Variabel tangibles (X_1) memiliki koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,181. Ini menyiratkan bahwa setiap perluasan variabel tangibles efek sebesar 1 itu akan bertambah 0,181. Hal ini menunjukkan bahwa menambah variabel tangibles yang besar akan membangun kepuasan konsumen.
- Variabel Reability (X_2) memiliki koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,133. Ini menyatakan bahwa setiap perluasan variabel kualitas tak tergoyahkan 1, akan bertambah 0,133 hal ini menunjukkan bahwa variabel reability yang besar akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- Variabel Responsiveness (X_3) memiliki koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,394. Ini menunjukkan bahwa meningkatkan variabel responsiveness yang besar akan membangun kepuasan konsumen.
- Variabel Assurance (X_4) tentunya memiliki koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai sebesar 0,170. Ini menyiratkan bahwa setiap perluasan variabel assurance 1, akan bertambah 0,170. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memperluas variabel assurance akan membangun kepuasan konsumen.
- Variabel Emphaty (X_5) memiliki koefisien positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai 0,255. Ini menyiratkan bahwa setiap ekspansi ke variabel emphaty sebesar 1 itu akan membangun kepuasan konsumen.

Uji t

Teori dalam uji ini di coba kebenarannya dengan menggunakan uji parsial

Pengujian diselesaikan dengan melihat t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (*p-esteem*), dengan asumsi tingkat kepentingan dari hasil yang ditentukan lebih menonjol dari 0,05. Spekulasi tidak di terima

Tabel 2 : Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Imer yang telah diolah, 2021Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|----------------------------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2.458 | .831 | | -2.957 | .005 |
| TotalX1 | .181 | .056 | .268 | 3.202 | .003 |
| TotalX2 | .113 | .047 | .175 | 2.404 | .021 |
| TotalX3 | .394 | .121 | .273 | 3.257 | .002 |
| TotalX4 | .170 | .081 | .174 | 2.096 | .042 |
| TotalX5 | .255 | .100 | .211 | 2.551 | .014 |

Sumber: data primer yang telah diolah, 2021

Berdasarkan data pada tabel 2 diperoleh t hitung untuk tangibles 3,202, reability 2,404, responiveness 3,257, assurance 2,096, empathy 2,551. Untuk menentukan t tabel digunakan t tabel

= $t(\alpha/2; n-k-1) = (0,05/2; 50-5-1) = 0,025; 44 = 2,015$, sehingga dapat diketahui bahwa :

- Variabel Tangibles memiliki nilai signifikansi lebih kecil yaitu $0,03 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $3,202 > 2,015$ sehingga variabel tangibles berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Variabel Raability memiliki nilai kepentingan yang lebih sederhana yaitu $0,02 < 0,05$ dan t hitung lebih menonjol dari pada t tabel khususnya $2,404 > 2,015$, dengan tujuan agar variabel kualitas yang tidak tergoyahkan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen
- Variabel responsiveness mempunyai nilai kepentingan yang lebih sederhana yaitu $0,03 < 0,05$ dan t hitung lebih penting dari t tabel khususnya $3,257 > 2,015$ dengan tujuan agar variabel responsivitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
- Variabel assurance memiliki nilai kepentingan yang lebih sederhana yaitu $0,02 < 0,05$ dan t hitung lebih penting daripada t tabel, khususnya $2,096 > 2,015$ sehingga variabel Afirmasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
- Variabel Empathy memiliki nilai kepentingan yang lebih sederhana yaitu $0,02 < 0,05$ dan t hitung lebih menonjol daripada t tabel yaitu $2,551 > 2,015$ dengan tujuan agar variabel Afirmasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 3: Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 403.600 | 5 | 80.720 | 67.369 | .000 ^b |
| Residual | 52.720 | 44 | 1.198 | | |
| Total | 456.320 | 49 | | | |

Sumber: data yang telah diolah, 2021

Dari tabel 3 di atas diperoleh nilai F yang ditentukan adalah 67,369. Untuk menentukan tabel F, tabel F. koneksi faktual memastikan tabel dengan F tabel = F (k; n-k-1) dengan tingkat kesalahan 5% (Sugiyono, 2010). Dari persamaan tersebut diperoleh nilai Ftabel sebesar 2.42. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F yang ditentukan > F tabel adalah 67,369 > 2,42 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, khususnya 0,000 < 0,05, yang berarti H0 dihilangkan dan H1 diakui. Jadi dapat disimpulkan bahwa aset tangibles (X1), Reability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Emphaty (X5) sementara itu mempengaruhi variabel dependen, khususnya kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .940 ^a | .884 | .871 | 1,095 |

Sumber: data primer yang telah diolah, 2021

Dari tabel 4 terlihat bahwa nilai koefisien jaminan atau R Square adalah 0.884. Nilai R Square sebesar 0.884 berasal dari mencari koefisien hubungan atau R yaitu $0.940 \times 0.940 = 0.884$. Besarnya koefisien jaminan (R Square) adalah 0,884 atau setara dengan 84,4%. Angka tersebut menunjukkan bahwa faktor Aset Fisik (X1), Reabilitas (X2), Responsiveness (X3), Konfirmasi (X4), dan Emphaty (X5). Secara bersamaan mempengaruhi variabel kepuasanN konsumen (Y) sebesar 84,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 84,4\% = 15,6\%$) dipengaruhi oleh berbagai faktor di luar faktor yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

- a. Pengaruh Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen Pada JNT bondowoso Cabang Prajekan. Dengan menggunakan uji regresi linear berganda hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tangibles memiliki manfaat yang sangat besar terhadap kepuasan konsumen pada bagian Prajekan JNT Bondowoso. Hal ini terlihat dari hasil pengujian dimana nilai kepentingan lebih sederhana dari pada harga α yaitu $0,3 < 0,05$ dan t check lebih penting daripada t tabel, khususnya $3,202 > 2,015$ yang menyatakan bahwa H1 diakui. Hasil penelitian ini sesuai dengan eksplorasi yang dipimpin oleh Herianingrum (2014) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Bantuan Syariah terhadap Loyalitas Konsumen pada Bank BRI Syariah Surabaya" yang menunjukkan bahwa aset fisik berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Pengujian ini sesuai dengan asersi yang ditunjukkan oleh (Zeithmal, 2014) bukti langsung (tangibles) yang menyatakan bahwa komponen kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah bukti nyata (aset fisik). Untuk situasi ini, JNT Bondowoso cabang Rajekan sekarang dapat menerima penawaran jenis bantuan, hal ini sesuai dengan konsekuensi eksplorasi dimana pembeli senang dengan administrasi yang diberikan. JNT Cabang Bondowoso Prajekan semestinya memiliki pilihan untuk tetap menjaga kualitas layanan yang salah satu akibatnya (bukti nyata), selain itu juga harus terus meningkatkan administrasinya agar individu tetap merasa puas menjadi pembeli JNT.

- b. Pengaruh Reabilitas terhadap kepuasan Konsumen JNT Cabang Bondowoso Prajekan Dengan menggunakan uji regresi linear berganda hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa reabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada JNT Bondowoso Cabang Prajekan. Hal ini terlihat dari hasil pengujian dimana nilai kepentingan lebih sederhana dari pada harga α , yaitu $0,02 < 0,05$ dan t check lebih menonjol daripada t tabel, khususnya $2,404 > 2,015$ yang menyatakan bahwa H2 diakui. Hasil penelitian ini dapat diprediksi dengan penelitian yang diarahkan oleh Sunarti (2017) yang berjudul "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pembeli di kafe Little A Sidoarjo) menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penegasan tersebut ditunjukkan oleh (Zeithmal, 2014) (reability) yang menyatakan bahwa komponen kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah (Reability).
- c. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada JNT bondowoso Cabang Prajekan. dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Hal ini terlihat dari hasil pengujian dimana nilai kepentingan lebih sederhana daripada harga α , khususnya $0,03 < 0,05$ dan t check lebih penting daripada t tabel, yaitu $3,257 > 2,015$ yang menyatakan bahwa H3 diakui. Konsekuensi dari penelitian ini sesuai dengan eksplorasi yang dikemukakan oleh Jatra (2015) yaitu "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Baruna Sanur " yang menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini sesuai dengan pernyataan yang ditunjukkan oleh (Zeithmal, 2014) (*Responsiveness*) menyatakan bahwa komponen kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah *responsiveness*. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2010) *responsiveness* adalah pendekatan untuk membantu dan menawarkan jenis bantuan yang cepat dan sesuai kepada pembeli dengan menyampaikan data yang jelas, menawarkan jenis bantuan yang cepat dan tepat kepada pembeli dapat meningkatkan sifat administrasi yang diberikan oleh organisasi. Dari hasil pengujian berbagai uji relaps langsung dinyatakan bahwa variabel *responseveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen JNT Cabang Bondowoso Prajekan. Ini harus dijaga oleh Jnt Bondowoso sehingga pembeli selalu senang dengan pelayanannya.
- d. Dampak variabel assurance terhadap kepuasan Konsumen di JNT Cabang Bondowoso Prajekan. Dengan menggunakan berbagai pemeriksaan straight relapse, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bagian Prajekan JNT Bondowoso. Hal ini terlihat dari hasil pengujian dimana nilai kepentingan lebih sederhana dari pada harga α , lebih spesifiknya $0,02 < 0,05$ dan t lebih menonjol dari t tabel, khususnya $2,096 > 2,015$ yang menyatakan bahwa H4 diakui. Hasil penelitian ini sesuai dengan seminari (2015) yang diberi judul "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada ubud Indus bali". menunjukkan bahwa hal itu terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen secara positif. Penelitian ini sesuai dengan (Zeithmal, 2014) konfirmasi yang menyatakan bahwa komponen kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah assurance
- Menurut Kotler (2012) jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopanan santunan karyawan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan pelayanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menyatakan bahwa variabel assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada JNT bondowoso cabang prajekan. Untuk hal ini JNT bondowoso cabang prajekan harus mempertankan kualitas pelayanannya. Agar konsumen JNT tidak beralih pada jasa ekspedisi JNT.

- e. Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada JNT bondowoso Cabang Prajekan menggunakan uji analisis regresi linier berganda hasil penelitian ini menunjukkan variabel *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada JNT Bondowoso Cabang Prajekan. Hal ini terlihat dari hasil pengujian dimana nilai kepentingan lebih sederhana daripada harga α , yaitu $0,02 < 0,05$ dan t lebih penting daripada t tabel, khususnya $2,551 > 2,015$ yang menyatakan bahwa H_0 diakui. Konsekuensi dari pemeriksaan ini dapat diandalkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnawati (2018) yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Surya Husada Denpasar" menunjukkan bahwa hal tersebut terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Pemeriksaan ini sesuai dengan pernyataan yang ditunjukkan oleh (Zeithmal, 2014) belas kasih. (*Empathy*) yang menyatakan bahwa komponen kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah salah satunya (*Empathy*). Sesuai Kotler (2012) simpati (*Empathy*) adalah penting untuk perhatian, berkonsentrasi pada pembeli. Untuk situasi ini, Jnt Bondowoso, cabang Prajekan harus lebih memahami keinginan pembeli akan simpati (kekosongan). Hal ini dapat dilihat dengan sangat baik dari konsekuensi jawaban responden, yang sebagian besar menjawab dengan ramah dan tegas setuju pada setiap pertanyaan tentang simpati. Cabang Jnt Bondowoso Prajekan diharuskan untuk memberikan perhatian yang lebih dekat dengan rumah, menawarkan dukungan yang aman, dan pekerja jnt dapat memperlakukan pembeli dengan lebih eksplisit.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas layanan JNT terhadap kepuasan konsumen. Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 konsumen yang pernah menggunakan jasa ekspedisi JNT bondowoso cabang prajekan. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian analisis yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Tangibles berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar lebih $0,03 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $(3,202) > t$ tabel $(2,015)$
- Reability berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar $0,02 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $(2,404) > t$ tabel $(2,015)$.
- Responsiveness berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar $0,03 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $(3,257) > (2,015)$
- Assurance berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar $0,02 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada t tabel $(2,096) > (2,015)$
- Empathy* berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar $0,02 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada t tabel $(2,551) > (2,015)$
- Tangibles, Reability, Responsiveness, Assurance, dan *Empathy* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen JNT bondowoso cabang prajekan . hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $(67,369) > F$ tabel $(2,42)$

SARAN

yaitu :

Dari hasil penelitian ini peneliti ingin memberikan beberapa saran yang dapat disampaikan

- a. Variabel *Tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsu Sebuah. Variabel ketergantungan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Jnt bondowoso ctabang prajekan harus menawarkan dukungan yang sah, menawarkan bantuan yang lebih dapat diandalkan sehingga lebih dipercaya oleh pembeli, dan administrasi lengkap sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- b. Variabel *rebality* (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan knsumen. Jnt bondowoso ctabang prajekan harus memberikan pelayanan dengan tepat, memberikan pelayanan yang lebih handal agar lebih dipercaya oleh konsumen, serta menyelesaikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan.
- c. Variabel *Respoiniveness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Cabang Jnt Bondowoso Prajekan diandalkan untuk memberikan bantuan yang lebih singkat dan tepat, lebih menekankan pada keinginan pekerja untuk membantu klien, dan perwakilan dapat menginvestasikan lebih banyak energi untuk menanggapi keluhan pelanggan dengan cara yang ramah.
- d. Variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Cabang Jnt Bondowoso Prajekan diandalkan untuk memberikan perasaan bahwa dunia baik-baik saja dan penegasan kepada pembeli dalam administrasi pengangkutan barang dagangan terkemuka, pekerja harus selalu ramah dan bersahabat.
- e. d. Variabel *empati* (simpati) berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Cabang Jnt Bondowoso Prajekan diandalkan untuk memberikan pertimbangan yang lebih dekat dengan rumah, menawarkan bantuan yang aman, dan perwakilan Jnt dapat memperlakukan pembeli dengan lebih eksplisit.)saha yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan jnt bondowoso cabang prajekan diharapkan lebih memberikan kenyamanan dalam memberikan kenyamanan dalam penampilan dan kondisi tempat servis.
- f. Penelitian ini hanya mengukur variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen, untuk itu diharapkan pada penelitian mendatang dapat diteliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media
- agustina shinta. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Agustina Shinta. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang : Universitas Brawijaya
- Alimul Hidayat, Aziz. 2011. Metode Penelitian Dan Teknik Analisa Data. Jakarta: Salemba Medika
- Andayani, dkk (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232-243.
- Andriasan sudarso. 2016. Buku Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Asmara Indahingwati. 2019. Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling. Surabaya: CV. Jakad
- Budiono.2010. Pelayanan Prima Perpajakan. Jakarta: Rineka Cipta
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. 2014. Konsumen Dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media
- Dwiyanto, A. 2012. Mewujudkan Good Governace. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Fandy. Tjiptono dan Anastasia Diana. 2012. Total Quality Management (TQM). Yogyakarta: CV Budi Utama
- Fathoni, dkk. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang). *Journal of Management*, 2(2).
- Heri Sudarsono. 2020. Buku Manajemen Pemasaran. Jawa Timur : CV.Pustaka Abadi
- Herianingrum, dkk (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(9).
- Husain umar. 2010. Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Jakarta: Gram
- Ida Ayu.2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jakarta : PT Alex Media Compuindo
- Jatra,dkk (2015). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7).
- Kotler, Philip dan Gerry Amstrong. 2014. Principle Of marketing. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler,Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran . Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2012. Manajemen Pemasaran Jasa . Jakarta : Salemba Empat
- Nina Rahmayanty. 2012. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Notoadmodjo,S. 2012. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta
- Nurlinda. R.A. 2013. Pengaruh Customer Satisfaction Strategy Terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen. *Forum Ilmiah Volume 10 Nomor 2*
- Oliver, S. 2012. Strategi Public Relations. Jakarta: Erlangga
- Purnawati,dkk (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5)
- Santoso, S. 2015. SPSS20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia

- Seminari,dkk (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. E-Jurnal Manajemen, 4(8).
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpratama
- Mandiri Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sunarti, dkk (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. Jurnal Administrasi Bisnis, 70(1), 36-44.
- Sunarti,dkk, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). Jurnal Administrasi Bisnis, 51(2), 1-7.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru. Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 2(1), 51-66.
- Yuliati, dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen, 11(2), 265-289.

