

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT, PRICE, PEOPLE* DAN *PROCESS* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN JASA EKSPEDISI JNE CABANG JEMBER

ARTIKEL PUBLIKASI

Oleh :

Siti Anisa
NIM. 1410411103

Dosen Pembimbing :

Dr. Nurul Qomariah, SE.MM

Drs. Hisyam Zaini

ABSTRAK

Dengan berkembangnya bisnis perdagangan pada saat ini, mendorong para pelaku bisnis agar bisa menyalurkan produknya kepada para konsumen. Pelaku bisnis membutuhkan pasangan dalam menyalurkan barangnya, yakni perusahaan jasa yang bergelut dalam bidang jasa logistik atau pengiriman barang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *product, price, people* dan *process* terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen yang telah menggunakan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner, dan wawancara. Sedangkan metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *Purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t dan F uji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *product, Price, People* dan *Process* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Secara simultan variabel *product, price, people*, dan *process* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

Kata Kunci : *Product, price, people, process* dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

With the development of trading business at this time, encourage business people to be able to channel their products to consumers. Businessmen need a partner in distributing goods, ie service companies that wrestle in the field of logistics services or delivery of goods. The purpose of this research is to analyze the influence of product, price, people and process on customer satisfaction at JNE Branch expedition service company Jember. Respondents in this study amounted to 100 consumers who have been using JNE Branch expedition services Jember. Data collection techniques used in this study are observation, questionnaires, and interviews. While the method used in the determination of the sample is Purposive sampling. Data analysis techniques used are multiple linear regression, t test and F test. The results showed that the variables of product, Price, People and Process have a significant positive influence on customer satisfaction at JNE Branch expedition service company Jember. Simultaneously variable product, price, people, and process have a significant positive influence to customer satisfaction at service company of JNE Jember Branch expedition.

Keywords : product, price, people, process and customer satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa pada saat ini sangatlah cepat, bahkan jasa merupakan bagian terbesar dari perekonomian sekarang ini. Perusahaan manufaktur kini telah menyadari perlunya unsur jasa pada produknya sebagai upaya meningkatkan keunggulan bisnis yang kompetitif.

Setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan, sehingga perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Kotler dan Amstrong (2008 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibanding dengan harapannya, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan menerapkan konsep

bauran pemasaran jasa untuk mencapai tujuan pemasaran.

PT. Jalur Nugraha Ekakurir atau lebih dikenal dengan JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman logistik. Perusahaan ini pertama kali didirikan dengan nama PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir oleh Sueprpto Suparno pada tanggal 26 November 1990. Dari tahun ke tahun JNE terus memperluas wilayah operasionalnya hampir diberbagai kota disetiap provinsi termasuk kota Jember. JNE Cabang Jember merupakan perwakilan dari JNE pusat di Jakarta, kini JNE Cabang Jember memiliki banyak Agen dan Sub-Agen yang tersebar luas disetiap daerah yang ada di Jember. Dan pada tahun 2017 JNE Cabang Jember mampu bekerja sama dengan 75 perusahaan yang membutuhkan jasa pengiriman barang dalam menyalurkan bisnisnya, bergabung dan menjadi pelanggan tetap di JNE Cabang Jember. Disamping JNE masih ada perusahaan pengiriman barang yang ada di Jember diantaranya: Padhu Siwi Sentosa, Kerta

Gaya Pustaka, ELTEHA, PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI), PT. Pos Indonesia dan JNT.

Meskipun JNE mendapat beberapa penghargaan yang telah dicapai dan memiliki nama yang cukup terkenal dimata masyarakat, namun masih ada banyak keluhan yang didapatkan dari para konsumen JNE Cabang Jember pada tahun 2017.

Tabel 1.1
Keluhan Konsumen JNE Cabang Jember
Tahun 2017

No.	Bulan	Jumlah Konsumen	Keluhan Konsumen
1.	Januari	16.910	0,69%
2.	Februari	14.933	0,40%
3.	Maret	16.721	0,48%
4.	April	13.889	0,46%
5.	Mei	17.433	0,60%
6.	Juni	16.015	0,72%
7.	Juli	15.263	0,76%
8.	Agustus	16.386	0,78%
9.	September	15.168	0,69%
10.	Oktober	17.512	0,72%
11.	November	16.465	0,65%
12.	Desember	16.412	0,55%
Jumlah		193.107	7,50%

Sumber : Kantor JNE Cabang Jember 2017

Pada tabel 2.4 diatas menunjukkan bahwa telah terjadi Fluktuatif jumlah keluhan konsumen secara keseluruhan sepanjang bulan Januari – Desember 2017. Dengan jumlah keluhan tertinggi pada bulan Agustus sebesar 0,78% keluhan, dan terendah pada bulan Februari sebesar 0,40% keluhan. Jadi total jumlah konsumen JNE Cabang Jember tahun 2017 berjumlah 193.107 konsumen, dengan total keluhan sebesar 7,50% keluhan konsumen.

Berdasarkan, pemaparan tabel diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Product, Price, People*, dan *Process* Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi JNE Cabang Jember Jln. Sumatera No. 67, Tegal Boto, Sumbersari”. Yang dirasa cukup membantu peneliti dalam pembatasan masalah.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki peranan yang krusial dalam sebuah perusahaan, karena manajemen pemasaran mengatur seluruh kegiatan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 6) pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2. Bauran Pemasaran Jasa (Service Marketing Mix)

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 62) menyatakan bahwa, bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Konsep bauran pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), dan *promotion* (promosi). Sementara itu konsep bauran pemasaran jasa memerlukan bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for service*) dengan penambahan unsur *marketing mix*, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (sarana fisik), dan *process* (proses), sehingga menjadi 7 unsur (Hurriyati, 2010 : 48).

a. Product (Produk)

Product (produk) ialah semua sesuatu yang bisa ditawarkan oleh pihak

produsen kepada pasar, dengan tujuan agar dapat diperhatikan, diminta, dicari, dibeli dan bahkan dikenakan serta dikonsumsi oleh pasar sebagai alat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar. Produk yang ditawarkan meliputi produk jasa ialah barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi, dan ide. (Hurriyati, 2010 : 50).

b. Price (Harga)

Price (harga) bisa diungkap dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukar agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang atau suatu jasa (Tjiptono, 2008 : 151).

c. People (Orang)

People (orang) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga mempengaruhi persepsi pembeli. Komponen-komponen dalam *people* ialah karyawan perusahaan, konsumen, dan konsumen lain di dalam zona jasa (Hurriyati, 2010: 62).

d. Process (Proses)

Proses (proses) merupakan segala prosedur faktual, sistem, dan aliran kegiatan yang dipergunakan untuk penyampaian jasa. Bagi pemasaran jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat begitu penting dalam bagian proses ini, lebih-lebih dalam melayani semua kebutuhan dan keinginan para konsumen (Hurriyati, 2010 : 64).

2. Pengertian Kepuasan Konsumen.

Kotler dan Armstrong (2008 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen

adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

4. Pengembangan Hipotesis

H₁ : *Product* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

H₂ : *Price* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

H₃ : *People* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

H₄ : *Process* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013 : 115) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi, objek yang dilakukan oleh penelitian saat ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa ekspedisi kurir dari JNE Cabang Jember

Menurut Sugiyono (2013 : 115), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan

metode *Non Probability Sampling* yaitu sistem pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah konsumen JNE Cabang Jember per-tahunnya. Maka berdasarkan Ferdinand (2014 : 51), ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Jadi akan di dapat hasil sebagai berikut: $20 \times 5 = 100$. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden.

Teknik sampel yang digunakan adalah menggunakan *Purposive Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang berdasarkan pada pertimbangan kriteria dan syarat tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti.

1. Konsumen jasa pengiriman barang JNE Cabang Jember, yang saat survei melakukan transaksi penggunaan jasa pengiriman barang dan sudah melakukan transaksi pengiriman lebih dari 1 kali.
2. Berdomisili di Jember.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda.

a. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Hasil Analisis Statistik Deskriptif variabel dari 100 sampel data tersebut dapat dilihat bahwa :

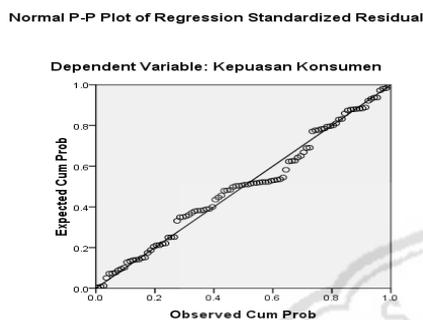
- a) Variabel product memiliki standar minimum 15 dan maximum 20 dengan rata-rata 17,87 dan standar deviasi 1,284.
- b) Rata-rata pada variabel price pada tabel 4.4 menunjukkan nilai 17,74 dengan standar deviasi 1,3353 dan hasil minimum yang diperoleh 14 sedangkan hasil maximumnya adalah 20.
- c) Variabel people memiliki standar minimum 14 dan maximum 20 dengan rata-rata 17,82 serta standar deviasi 1.167.
- d) Nilai minimum dari variabel process adalah 15 dengan maximum 20 dan rata-rata mencapai 17,78 dengan standar deviasi mencapai 1.368.
- e) Sedangkan untuk rata-rata nilai kepuasan konsumen yaitu 17,91 dengan standar deviasi 0.965 dengan hasil minimum 15 dan hasil maximum 25.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya yaitu dengan melihat kurva probability plot. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang

mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas Ghazali (2011 : 163). Berikut dapat dilihat hasil uji normalitas pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 : Hasil Uji Normalitas

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, karna data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau independen Ghazali (2011 : 105). Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabel-variabel independen terpilih yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1$ atau *Tolerance*). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$. Dapat dilihat bahwa dengan menggunakan besaran *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)* dapat dilihat bahwa :

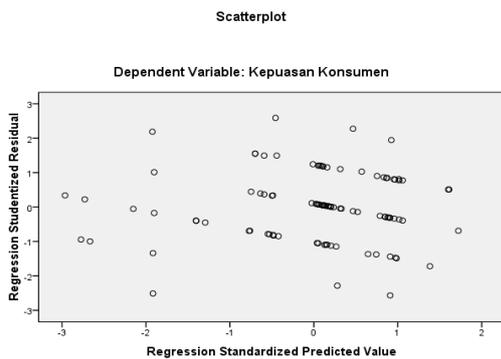
- Besaran *tolerance* pada variabel product yaitu 0,625 lebih besar dari 0,10 ($0,625 > 0,10$) dan nilai VIF yaitu 1,599 lebih kecil dari 10 ($1,599 < 10$).
- Besaran *tolerance* pada variabel price yaitu 0,664 lebih besar dari 0,10 ($0,664 > 0,10$) dan nilai VIF yaitu 1,506 lebih kecil dari 10 ($1,506 < 10$).
- Besaran *tolerance* pada variabel people yaitu 0,626 lebih besar dari 0,10 ($0,626 > 0,10$) dan nilai VIF yaitu 1,598 lebih kecil dari 10 ($1,598 < 10$).
- Besaran *tolerance* pada variabel process yaitu 0,786 lebih besar dari 0,10 ($0,786 > 0,10$) dan nilai VIF yaitu 1,273 lebih kecil dari 10 ($1,273 < 10$).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengujian tersebut menunjukkan model regresi bebas dari multikolinieritas atau tidak terdapat gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokodastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2011 : 139).

Berikut hasil Uji Heterokedastisitas pada gambar 2.1



Berdasarkan output pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya heterokedastisitas, karena tebaran data tidak membentuk pola tertentu atau tidak terdapat pola jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Yang bertujuan untuk membuktikan adakah pengaruh *product* (X1), *price* (X2), *people* (X3), dan *process* (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Adapun bentuk persamaan Analisis Regresi Linear Berganda yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

$$Y = -4,171 + 0,224(X1) + 0,168(X2) + 0,116(X3) + 0,302(X4)$$

Implementasi atas hasil analisis tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Nilai konstanta -4171 menunjukkan bahwa jika tidak aktifitas pada variabel *product*, *price*, *people*, dan *process* maka nilai kepuasan konsumen sebesar -4,171.
- Nilai koefisien 0,224 pada *product* menunjukkan bahwa setiap kenaikan kegiatan *product* satu satuan, maka hal

tersebut akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,224. Artinya jika semua jasa yang ditawarkan semakin baik, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

- Nilai koefisien 0,168 pada *price* menunjukkan bahwa setiap kenaikan kegiatan *price* satu satuan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,168. Artinya jika harga yang ditawarkan semakin baik, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
- Nilai koefisien 0,116 pada *people* menunjukkan bahwa setiap kenaikan kegiatan *people* satu satuan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,116. Artinya jika pelayanan yang diberikan semakin baik, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
- Nilai koefisien 0,302 pada *process* menunjukkan bahwa setiap kenaikan kegiatan *process* 1 satuan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,302. Artinya jika proses yang dilakukan semakin baik, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan parsial. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas (p) dari thitung dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ atau confidence interval 95 % dan dengan degree of freedom atau df (n-k) dimana df (100-4-1=95). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda maka diperoleh hasil berikut:

- Variabel *product* (X1) memiliki nilai thitung 3,377 > ttabel 1,665 dan

signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel *product* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember diterima.

- b. Variabel *price* (X_2) memiliki nilai *t* hitung $2,444 > t_{tabel}$ $1,665$ dan signifikansi $0,018 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel *price* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember diterima.
- c. Variabel *people* (X_3) memiliki nilai *t* hitung $2,024 > t_{tabel}$ $1,665$ dan signifikansi $0,048 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel *people* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember diterima.
- d. Variabel *process* (X_4) memiliki nilai *t* hitung $4,061 > t_{tabel}$ $1,665$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel *process* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember diterima.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (serentak) terhadap variabel terikat Prayitno (2010 : 144). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara simultan terhadap variabel Y . Tabel distribusi F

dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (*df*) df_1 atau $4-1$, dan df_2 $n-k-1$ atau $100 - 4 - 1 = 95$. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda secara simultan, maka diperoleh hasil, yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,082 > 2,3102$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *product*, *price*, *people*, dan *process* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

c. Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Ghozali (2011 : 97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai (R^2) adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Pada penelitian ini R square yang digunakan adalah R square yang sudah disesuaikan Adjusted (R^2). Karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai Adjusted (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambah ke dalam model. Dari penelitian ini nilai Adjusted R square sebesar 0,684 atau 68,4% dan sisanya 31,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh *Product* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *product* (produk) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang

Jember. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik kualitas produk jasa yang diberikan oleh JNE Cabang Jember, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Usfunia dan Satrio (2017), Aulia dan Hidayat (2017), Triska, dkk (2014), menyatakan bahwa *product* (produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dengan mengutamakan produk yang berkualitas, jika produk jasa yang tersedia maupun diserahkan kepada konsumen memiliki kualitas dan keunggulan nilai yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran yang efektif, sehingga dapat terwujudnya kepuasan.

b. Pengaruh *Price* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *price* (harga) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Hal tersebut berarti bahwa harga yang dibebankan kepada konsumen JNE Cabang Jember sesuai dengan kualitas dan harapan konsumen, maka akan tercipta suatu kepuasan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Hidayat (2017), Anggriana, dkk (2017), Iriyanti, dkk (2016) dan Triska, dkk (2014) menyatakan bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian tersebut menyatakan semakin terjangkau suatu biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen, maka kemungkinan konsumen untuk berpindah ke lain tempat akan semakin kecil pula. Dengan begitu, konsumen akan tetap

menggunakan jasa ekspedisi tersebut sebagai jasa pengiriman.

c. Pengaruh *People* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *people* (orang) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan kepada para konsumen JNE Cabang Jember, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Usfunia dan Satrio (2017) dan Triska, dkk (2014) menyatakan bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian tersebut menyatakan banyak jasa bergantung pada interaksi langsung dan pribadi antara konsumen dan karyawan perusahaan, hal ini berarti kerjasama dan komunikasi yang baik dengan para konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

d. Pengaruh *Process* Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *process* (proses) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Hal tersebut berarti bahwa semakin baik proses yang dilakukan oleh JNE Cabang Jember, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Triska, dkk (2014) menyatakan bahwa proses (proses) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan. Dari hasil penelitian tersebut bagi pemasaran jasa, kerja sama antara

pemasaran dan operasional sangat begitu penting dalam bagian proses ini, lebih-lebih dalam melayani semua kebutuhan dan keinginan para konsumen. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kemampuan indikator proses dalam mencapai dan mempertahankan kondisi yang diharapkan.

KESIMPULAM DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh product, price, people, dan process terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember, dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Product* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Jika product yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. *Price* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Jika harga yang dibebankan kepada para konsumen sesuai dengan kualitas dan harapan konsumen, maka akan tercipta suatu kepuasan.
3. *People* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Jika semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, maka akan meningkatkan suatu kepuasan.
4. *Process* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember. Jika *process* yang diberikan

kepada para konsumen mudah dan cepat, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Saran

- a. Sebaiknya JNE meningkatkan faktor-faktor yang sudah berjalan dengan baik, seperti menyediakan lebih banyak pilihan pelayanan pengiriman barang sesuai keinginan konsumen agar tetap menjadi salah satu pilihan konsumen dan mampu bersaing dengan perusahaan sesama kompetitor.
- b. Sebaiknya JNE meningkatkan kembali faktor-faktor yang kurang berjalan dengan baik, seperti proses pengiriman dan penerimaan barang yang perlu diperbaiki lebih baik lagi agar tetap menjadi salah satu pilihan konsumen.
- c. Sebagai acuan atau referensi penelitian yang akan datang dengan tema sejenis. Diharapkan perlunya ada penambahan variabel bahkan penambahan indikator-indikator yang lebih spesifik lagi tentang pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan jasa ekspedisi JNE Cabang Jember.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- . Anggriana, Rina, Nurul Qomariah dan Busi Susanto. 2017. *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "OM-JEK" Jember*. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia. Volume 7, Nomor 2, e-ISSN:2541-2566, p-ISSN:2088-916X.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman*

- Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen.** Edisi 3, AGF Book, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. ***Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.*** Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hurriyati, Ratih. 2010. ***Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.*** CV Alfabeta, Jakarta.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto. 2016. ***Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember.*** Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Volume 2, Nomor 1.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. ***Manajemen pemasaran.*** Jilid 1, edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- , dan Gary Amstrong. 2008. ***Prinsip-Prinsip Pemasaran.*** Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Loveluck, Christopher H dan Lauen K. Wright. 2007. ***Manajemen Pemasaran Jasa.*** Cetakan kedua. PT. Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. ***Manajemen Pemasaran Jasa.*** Salemba Empat, Jakarta.
- Noeraini, Irma Ayu dan Sugiyono. 2016. ***Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya.*** Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 5, Nomor 5, ISSN: 2461-0593.
- Prayitno. 2010. ***Paham Analisa Data Statistik.*** Bumi Aksara, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods).*** CV Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandi. 2008. ***Strategi Pemasaran.*** Andi Publisher, Yogyakarta.
- Triska, Lena Henny, Zulkarnain dan Lilis Sulistyowati. 2014. ***Pengaruh Pemasaran Jasa BANK Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Loalitas Debitur BPR DI Wilayah Riau Pesisir.*** Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, Volume 6, Nomor 2
- Usfunia dan Budhi Satrio. 2017. ***Pengaruh Produk, Harga, Personal, dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan.*** Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 6, Nomor 5, ISSN : 2461-0593.
- Wilkie. 2009. ***Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Produk Mobil Honda Jazz Di Wilayah Kota Semarang.*** Excellent, Volume 2, Nomor 12.