

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. NINJA XPRESS
CABANG KECAMATAN KEMANG**

KUSHARDANTA SUSILABUDI

Kushardahnta666@gmail.com

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

NURIL MILATI

nurilmilatii@gmail.com

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, Bogor

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ninja Xpress cabang Kemang; 2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ninja Xpress cabang Kemang; 3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ninja Xpress cabang Kemang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan PT. Ninja Xpress cabang Kemang. Sample pada penelitian ini adalah sebagian pelanggan PT. Ninja Xpress cabang Kemang yang berjumlah 53 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan Regresi Linier Sederhana dan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diketahui mempunyai pengaruh sebesar 77.1%. sedangkan untuk hasil penelitian Harga terhadap Kepuasan Pelanggan diketahui mempunyai pengaruh sebesar 68.1%. untuk hasil penelitian Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan diketahui mempunyai pengaruh sebesar 78.4%. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine 1. The effect of service quality on customer satisfaction at PT. Ninja Xpress Kemang branch; 2. Effect of price on customer satisfaction at PT. Ninja Xpress Kemang branch; 3. The influence of service quality and price together on customer satisfaction at PT. Ninja Xpress Kemang branch. This type of research is quantitative research. The population in this study are customers of PT. Ninja Xpress Kemang branch. The sample in this study are some customers of PT. Ninja Xpress Kemang branch, totaling 53 respondents. Data collection techniques in this study using a questionnaire. Data analysis techniques using Simple Linear Regression and Multiple Linear Regression. The research results of Service Quality on Customer Satisfaction are known to have an effect of 77.1%. whereas for the results of research on price on customer satisfaction it is known to have an effect of 68.1%. From this study shows that there is an influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at PT. Ninja Xpress Kemang District Branch.

Keywords : Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Sejak adanya pandemi Covid-19, seluruh bisnis di dunia mengalami dampak dan berusaha bertahan di tengah tekanan penurunan omset penjualan. Selain itu persaingan di industri juga menjadi sesuatu yang harus dihadapi untuk mempertahankan pelanggan-pelanggan setia dan memperoleh pelanggan baru. Meski adanya pandemi namun jasa pengiriman barang justru meningkat di seluruh bagian industrinya.

Sektor logistik menjadi salah satu industri yang berkembang secara signifikan. Hal tersebut karena perubahan perilaku masyarakat untuk berbelanja secara online dan menggunakan jasa pengiriman barang sebagai bentuk pencegahan meluasnya pandemi sehingga berbagai penyedia jasa logistik di Indonesia turut mencatat kenaikan volume pengiriman barang.

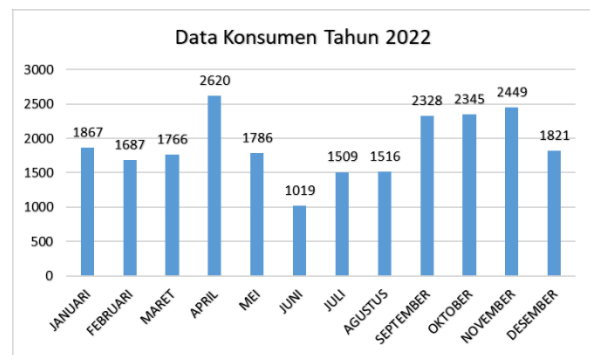
Jasa pengiriman barang merupakan bagian utama dari transaksi secara online karena bersifat cepat, mudah, aman dan praktis dalam hal pengiriman barang. Kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta berkembangnya bisnis toko online atau e-commerce menunjukkan tingginya antusiasme konsumen akan jasa pengiriman barang.

PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang telah melayani pengiriman barang untuk kota-kota besar diseluruh Indonesia tidak terkecuali untuk daerah-daerah yang dilewati sesuai dengan route. Pengiriman tersebut dimulai dari paket-paket berukuran kecil sampai dengan paket yang berukuran besar dengan maksimal berat 30 kg. pengiriman barang tersebut menggunakan sarana angkutan udara karena pesawat udara masih merupakan sarana angkutan yang paling cepat saat ini. Hal ini berlaku untuk kota-kota yang mempunyai sarana lapangan udara, sedangkan untuk kota-kota lainnya yang tidak dapat dijangkau dengan angkutan udara akan diteruskan oleh kantor-kantor cabang ketempat tujuan dengan menggunakan angkutan darat dan laut.

Tarif pengiriman yang dikenakan kepada konsumen jumlahnya bervariasi tergantung pada jauh dekatnya jarak kota tujuan. Harga atau tarif yang di bebankan kepada konsumen berdasarkan ketetapan harga dari jasa cargo, berdasarkan beban angkutan per kg dan jarak yang telah ditetapkan.

Persaingan yang semakin ketat antar sesama produk membuat perusahaan harus melakukan upaya dan terobosan agar mencapai suatu sasaran yang diinginkan berupa promosi yang gencar dan pelayanan yang lebih memuaskan konsumen. Persaingan ini akan lebih terasa lagi dampaknya bagi perusahaan bilamana dalam suatu pasar terdapat banyak sekali perusahaan sejenis yang bersaing dalam produk yang sama. Untuk menghadapi persaingan ini dibutuhkan suatu kebijaksanaan pemasaran yang mampu menjaga dan merumuskan serta meningkatkan pangsa pasar dari suatu perusahaan.

Berikut adalah data jumlah konsumen PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang :



Gambar 1 Data Konsumen PT. Ninja Xpress Cabang Kemang

Sumber : PT. Ninja Xpress Cabang Kemang, 2022

Dari data di atas menunjukkan bahwa konsumen pada PT. Ninja Xpress Cabang kemang mengalami penurunan. Pada bulan januari 2022 tercatat 1867 konsumen, kemudian turun 1687 pada bulan february, pada bulan maret mengalami peningkatan 1766 dan meningkat lagi pada bulan april menjadi 2620, akan tetapi pada bulan mei mengalami penurunan menjadi 1786, pada bulan juni juga mengalami penurunan lagi menjadi 1019, kemudian mengalami peningkatan pada bulan juli 1509 dan bulan agustus 1516, pada bulan september juga mengalami peningkatan menjadi 2028 dan bulan oktober 2345 serta pada bulan november menjadi 2449, kemudian mengalami penurunan pada bulan desember menjadi 1821 konsumen.

Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang”.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penelitian ini dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- a. Belum adanya kurir untuk pickup ke konsumen
- b. Jam operasional belum maksimal
- c. Penentuan tarif yang masih tinggi dari pesaing
- d. Semakin banyak seller yang beralih ke mitra lain
- e. Berkurangnya minat konsumen untuk mengirim barang

Batasan Masalah

Untuk mencegah meluasnya permasalahan pada identifikasi masalah tersebut maka peneliti membatasi masalah yang akan dibahas sehingga penulisan ini di fokuskan pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang).

Perumusan masalah

Setelah masalah diidentifikasi dan dibatasi maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Seberapa besar pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ninja Xpress cabang Kecamatan Kemang?
- b. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ninja Express cabang Kecamatan Kemang?
- c. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ninja Xpress cabang Kecamatan Kemang?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ninja Xpress cabang Kecamatan Kemang?
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ninja Xpress cabang Kecamatan Kemang?
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ninja Xpress cabang Kecamatan Kemang?

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya :

1. Bagi PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang
Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan penetapan harga. Selain itu dapat memberikan saran dan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan di masa yang akan datang.
2. Bagi STIM Budi Bakti
Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya guna menambah perkembangan ilmu pengetahuan terkait pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap target pengiriman barang.
3. Bagi Masyarakat
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang
4. Bagi Peneliti
Untuk menambah dan memperdalam pengetahuan penulis dalam bidang ilmu ekonomi, khususnya dibidang manajemen pemasaran.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nanti akan menjadi pelanggan setia.

Kesimpulannya kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen.

Ada 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan dan menjadi kepuasan untuk konsumen yaitu:

- a. *Tangibles* (bukti fisik)
Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menimbulkan *image*

- penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.
- b. *Reability* (keandalan)
Reability adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa.
 - c. *Responsiveness* (daya tanggap)
Responsiveness adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
 - d. *Assurance* (jaminan)
Assurance adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
 - e. *Empathy* (kepedulian)
Empathy merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Harga

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi yang dikenal dengan istilah empat P (*price, product, place, dan promotion*).

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga dapat dilihat dari sudut pandang lain seperti pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Terdapat 4 (empat) indikator harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga, yaitu tingkat kemampuan konsumen dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu adanya sebuah hubungan yang positif dengan kualitas suatu produk yang satu dengan produk lainnya.
- c. Daya saing harga, didefinisikan sebagai posisi harga relatif dari salah satu pesaing yang lain.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

Kepuasan pelanggan

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan harapan dan kenyataan yang dirasakan terhadap kinerja suatu produk.

Menurut Irawan ada lima faktor utama pada kepuasan konsumen yakni :

- a. Kualitas Produk atau Jasa Konsumen akan puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik.
- b. Harga Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value form money yang tinggi. Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
- c. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Kualitas pelayanan ini tergantung pada system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang peranan penting karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
- d. Faktor Emosional Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian kelompok orang-orang penting adalah merupakan emosional value yang mendasari kepuasan konsumen. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya nilai emosional yang diberikan brand tertentu.
- e. Kemudahan Mendapatkan Produk atau Jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya.

Terdapat 3 (tiga) indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- b. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode analisis deskriptif, yaitu metode penelitian yang menjelaskan secara sistematis, Factual dan akurat mengenai fakta dan karakteristik dari sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi dan suatu pemikiran. Penulis menggunakan instrument pernyataan untuk mengumpulkan data, karena instrument akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat dengan menggunakan *skala likert*.

Dalam hal ini penulis membuat instrument pernyataan yang diajukan kepada pelanggan PT. Ninja Xpress cabang Kemang dimana setiap pernyataan diberikan 5 (lima) jenjang jawaban, diberi nilai skor dan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 21 sebagai berikut :

1. Jika responden menjawab Sangat Setuju diberi skor 5
2. Jika responden menjawab Setuju diberi skor 4
3. Jika responden menjawab Ragu-ragu diberi skor 3
4. Jika responden menjawab Tidak Setuju diberi skor 2
5. Jika responden menjawab Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

HASIL PENELITIAN

Langkah awal dalam melakukan analisis data yaitu uji validitas dan reliabilitas yaitu untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing butir pernyataan

dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan.

Untuk menyatakan butir valid atau tidak valid digunakan angka pedoman sebagaimana tercantum pada teori yang dicantumkan yaitu 0,3 dibandingkan dengan angka-angka yang ada pada kolom *Corrected Item Total Correlation* (CITC), dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika CITC > 0,3 maka data dinyatakan valid
- Jika CITC < 0,3 maka data dinyatakan tidak valid

Populasi

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan” (Sugiyono,2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Ninja Xpress Cabang Kec. Kemang.

Sampel

“Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sample dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sample itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi” (Sugiyono,2018). Sample dari penelitian ini adalah pelanggan PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang dengan jumlah 53 responden.

Tabel 1
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

No Butir	Validitas		Kesimpulan
	r hitung	r tabel	
1	0,511	0,3	Valid
2	0,628	0,3	Valid
3	0,750	0,3	Valid
4	0,668	0,3	Valid
5	0,772	0,3	Valid
6	0,781	0,3	Valid
7	0,659	0,3	Valid
8	0,682	0,3	Valid
9	0,682	0,3	Valid
10	0,679	0,3	Valid
11	0,604	0,3	Valid
12	0,734	0,3	Valid

Dari tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada Kualitas Pelayanan dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka semua item dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 2
Uji Validitas Harga (X2)

No Butir	Validitas		Kesimpulan
	r hitung	r tabel	
1	0,552	0,3	Valid
2	0,720	0,3	Valid
3	0,735	0,3	Valid
4	0,783	0,3	Valid
5	0,671	0,3	Valid
6	0,834	0,3	Valid
7	0,484	0,3	Valid
8	0,677	0,3	Valid
9	0,625	0,3	Valid
10	0,609	0,3	Valid
11	0,759	0,3	Valid
12	0,639	0,3	Valid

Dari tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada Harga dinyatakan valid, karena $r_{tabel} > r_{hitung}$. Maka semua item dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No Butir	Validitas		Kesimpulan
	r hitung	r tabel	
1	0,694	0,3	Valid
2	0,757	0,3	Valid
3	0,729	0,3	Valid
4	0,516	0,3	Valid
5	0,788	0,3	Valid
6	0,757	0,3	Valid
7	0,578	0,3	Valid
8	0,738	0,3	Valid
9	0,558	0,3	Valid
10	0,820	0,3	Valid
11	0,798	0,3	Valid
12	0,666	0,3	Valid

Dari tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid, karena $r_{tabel} > r_{hitung}$. Maka semua item dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

PEMBAHASAN

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono,2018). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini diukur dengan menggunakan koefisien *Cornbach Alpha* dari masing-masing item pernyataan dalam satu variabel. Suatu instrument dikatakan handal jika nilai *Cornbach Alpha* $> 0,6$ sehingga dikatakan reliabel.

1. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Hasil perhitungan reliabilitas angket Kualitas Pelayanan diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* total 0,919 dengan $N = 53$. Jika nilai alpha sebesar $0,919 > 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan Cronbach's Alpha $> 0,6$. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Kualitas Pelayanan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas Harga (X2)

Hasil perhitungan reliabilitas angket Harga diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* total 0,916 dengan $N = 53$. Jika nilai alpha sebesar $0,916 > 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan Cronbach's Alpha $> 0,6$. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Harga dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil perhitungan reliabilitas angket Kepuasan Pelanggan diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* total 0,930 dengan $N = 53$. Jika nilai alpha sebesar $0,930 > 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan Cronbach's Alpha $> 0,6$. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Kepuasan Pelanggan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis 1

Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig

		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	7,642	1,974		3,871	0,000
	Total_X1	0,786	0,060	0,878	13,098	0,000

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Analisis penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,05 atau sebesar 5% dan diketahui t tabel ($df = n-k-1 = 2,0085$).

Berdasarkan hasil uji pada tabel 5 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian variabel kualitas pelayanan memiliki nilai T_{hitung} sebesar 13,098. Jika dibandingkan dengan T_{tabel} pada tingkat signifikan 5% yaitu sebesar 2,0085 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) signifikan atau H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,878	0,771	0,766	3,298

Dari tabel 5 diatas, dapat di lihat korelasi (r) = 0,878 nilai r square (r^2) = 0,771, dimana :

KD (Koefisien Determinasi)

$$= r^2 \times 100\%$$

$$= 0,771 \times 100\%$$

$$= 77,1\%$$

Hal ini menunjukkan hasil determinasi, yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Ninja Xpress cabang Kemang sebesar 0,771 atau 77,1% dan sisanya sebesar 22,9% yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 6 Kategori interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat di lihat hasil korelasi (r) = 0,878, Hal ini dapat di lihat pada tabel 8 yang berarti tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu sangat kuat karena hasil (r) = 0,878 yang berada di antara 0,80 – 1,000.

Tabel 7 Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	7,642	1,974		3,871	0,000
	Total_X1	0,786	0,060	0,878	13,098	0,000

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X1) dengan variabel dependent (Y). Berdasarkan tabel 7 di atas untuk uji regresi linier sederhana di dapatkan hasil sebagai berikut :

$$Y = a + b X1$$

$$Y = 7,642 + 0,786X1$$

artinya apabila kualitas pelayanan (X1) ditingkatkan satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,786 satu-satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis 2

Uji Hipotesis (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 8 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	12,142	2,052		5,917	0,000
	Total_X2	0,710	0,068	0,825	10,433	0,000

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Analisis penelitian ini menggunakan taraf signifikan 0,05 atau sebesar 5% dan diketahui t tabel ($df = n-k-1$) = 2,0085.

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian variabel harga memiliki nilai T_{hitung} sebesar 10,443. Jika dibandingkan dengan T_{tabel} pada tingkat signifikan 5% yaitu sebesar 2,0085 menunjukkan bahwa Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) signifikan atau H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti adanya pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 9 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,825	0,681	0,675	3,891

Dari tabel 9 diatas, dapat di lihat korelasi (r) = 0,825 nilai r square (r^2) = 0,681, dimana :

$$\begin{aligned} \text{KD (Koefisien Determinasi)} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,681 \times 100\% \\ &= 68,1\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan hasil determinasi, yaitu pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Ninja Xpress Cabang Kemang sebesar 0,681 atau 68,1% dan sisanya sebesar 31,9% yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 10 Kategori interpretasi Koefisian Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat di lihat hasil korelasi (r) = 0,825, Hal ini dapat di lihat pada tabel 10 yang berarti tingkat hubungan antara harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu sangat kuat karena hasil (r) = 0,825 yang berada di antara 0,80 – 1,000.

Tabel 11 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	12,142	2,052		5,917	0,000
	Total_X2	0,710	0,068	0,825	10,433	0,000

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X_2) dengan variabel dependent (Y). Berdasarkan tabel 11 di atas untuk uji regresi linier sederhana di dapatkan hasil sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y &= a + b X_1 \\ Y &= 12,142 + 0,710X_1 \end{aligned}$$

artinya apabila Harga (X_2) ditingkatkan satuan, maka kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,710 satu-satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antar Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis 3

Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 12 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,886	0,784	0,776	3,232

Dari tabel 12 diatas, dapat di lihat korelasi (r) = 0,886 nilai r square (r^2) = 0,784, dimana :

$$\begin{aligned} \text{KD (Koefisien Determinasi)} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,784 \times 100\% \\ &= 78,4\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan hasil determinasi, yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan PT. Ninja Xpress Cabang Kemang sebesar 0,784 atau 78,4% dan sisanya sebesar 21,6% yang dipengaruhi oleh

variabel lain.

Tabel 13 Kategori interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 12 di atas dapat di lihat hasil korelasi (r) = 0,886, Hal ini dapat di lihat pada tabel 13 yang berarti tingkat hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sangat kuat karena hasil (r) = 0,886 yang berada di antara 0,80 – 1,000.

Tabel 14 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7,661	1,935		3,959	0,000
	Total X1	0,206	0,117	0,240	1,758	0,085
	Total X2	0,598	0,122	0,668	4,891	0,000

Analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependent dan variabel independen. Berdasarkan tabel 14 di atas untuk uji regresi linier sederhana di dapatkan hasil sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 7,661 + 0,206X_1 + 0,598X_2$$

Dari hasil diatas dapat dijelaskan bahwa 7,661 memiliki arti apabila variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) dianggap nol (0) atau diabaikan, maka kepuasan pelanggan (Y) dianggap memiliki nilai sebesar 7,661. Untuk 0,206 artinya setiap perubahan variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan perubahan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,206, dan

0,598 artinya setiap perubahan harga (X2) maka akan mengakibatkan perubahan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,598.

Tabel 15 ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,897,812	2	948,906	90,839	0,000 ^b
	Residual	522,301	50	10,446		
Total		2,420,113	52			

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai f hitung dan f tabel. dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan 5% yaitu sebesar 3,17 maka nilai $F_{\text{hitung}} >$ dari F_{tabel} ($90,839 > 0,317$) atau H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan tabel 18 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Dari pengujian hipotesis yang dilakukan terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dan dari hasil pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Pada variabel bebas kualitas pelayanan (X1), setiap butir pernyataan memiliki nilai CITC (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ 0,30 dan pada uji reliabilitas memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) valid dan reliabel.
- Pada variabel bebas harga (X2), setiap butir pernyataan memiliki nilai CITC (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ 0,30 dan pada uji reliabilitas memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel harga (X2) valid dan reliabel.
- Pada variabel terikat kepuasan konsumen (Y), setiap butir pernyataan memiliki nilai CITC (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ 0,30 dan pada uji reliabilitas memiliki nilai *Cronbach*

$\text{Alpha} > 0.60$. sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) valid dan reliabel.

- d. Setelah dilakukan pengujian pada variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang, didapatkan hasil bahwa tingkat signifikan bernilai $0.000 < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress dengan besar nilai pengaruh sebesar 77.1% dan 22.9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel yang diteliti. Sedangkan untuk tingkat hubungan (korelasi) kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kecamatan Kemang "Sangat Kuat" dibuktikan dari hasil perhitungan uji korelasi yang memiliki nilai sebesar 0.878.
- e. Setelah dilakukan pengujian pada variabel harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang, didapatkan hasil bahwa tingkat signifikan bernilai $0.000 < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang dengan besar nilai pengaruh sebesar 68.1% dan 31.9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel yang diteliti. Sedangkan untuk tingkat hubungan (korelasi) harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang "Sangat Kuat" dibuktikan dari hasil perhitungan uji korelasi yang memiliki nilai sebesar 0.825.
- f. Setelah dilakukan pengujian pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang, didapatkan hasil bahwa tingkat signifikan bernilai $0.000 < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang dengan besar nilai pengaruh sebesar 78.4% dan 21.6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari variabel yang diteliti. Sedangkan untuk tingkat hubungan (korelasi) kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Ninja Xpress Cabang Kemang "Sangat Kuat"

dibuktikan dari hasil perhitungan uji korelasi yang memiliki nilai sebesar 0.886.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

- a. Ninja Xpress cabang kemang harus meningkatkan kualitas pelayanannya berupa ketanggapan dalam memberikan informasi dan solusi terhadap keluhan pelanggan.
- b. Pihak Ninja Xpress harus lebih memperhatikan kualitas fisiknya seperti membuat gedung lebih menarik dan bersih.
- c. Ninja Xpress cabang kemang harus memperhatikan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang maksimal berupa ketepatan dan kecepatan proses pengiriman paket.
- d. Pihak Ninja Xpress sebaiknya memperhatikan tarif harga yang di tentukan para pesaingnya.
- e. Diharapkan pihak Ninja Xpress meningkatkan layanan keamanan dan keselamatan serta memberikan jaminan atas barang yang hilang atau rusak sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi Keduapuluh Enam. Bandung : ALFABETA.
- Hasibuan, Malayu. 2019. *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Angger, Aditama, Roni. 2020. *Pengantar manajemen teori dan aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Hidayati, Aprihatiningrum. 2021. *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik*. Jakarta : Cipta Media Nusantara.
- Astuti, Miguna, Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Sholikah, Mundzir, Ahmad. 2021. *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan*. Cirebon : Insania.
- Haryanto, Helena. 2021. *Buku Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik*. Malang : Mnc Publishing.

- Arraniri, Iqbal. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Rifqi. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Myria Publisher.
- Khalik, Idham. 2022. *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Cirebon : Insania.
- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang : Literasi Nusantara.
- Alimin, Erlina. 2022. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat : Seval Literindo Kreasi.
- Ninjapress.co.id*. from <https://www.ninjapress.co.id> (diakses pada mei 2023)