

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres

Siti Mudrikah Awaliyah¹, Dewi Astuti², Didin Solehudin³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika

Corresponding author: ¹ sitimudrikah229@gmail.com, ² dewi.dwb@bsi.ac.id, ³ didin.dol@bsi.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality and price on customer satisfaction at J&T Express. In the era of globalization and digitalization, the rapid growth of e-commerce has increased the demand for fast and affordable shipping services. As a logistics service provider, J&T Express faces intense competition, making service quality and pricing strategies crucial in maintaining customer satisfaction. This research employs a quantitative method, with data collected through questionnaires distributed to 100 J&T Express customers. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25. The results indicate that service quality and price have a significant positive impact on customer satisfaction. Service quality, including delivery speed and courier friendliness, contributes 54% to customer satisfaction. Additionally, competitive pricing plays a crucial role in increasing customer loyalty. Therefore, J&T Express is recommended to continuously improve its service quality and pricing strategies to remain competitive in the logistics industry.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan J&T Ekspres. Dalam era globalisasi dan digitalisasi, pertumbuhan e-commerce meningkatkan permintaan akan layanan pengiriman yang cepat dan terjangkau. J&T Ekspres sebagai penyedia jasa logistik menghadapi persaingan ketat, sehingga kualitas pelayanan dan strategi harga menjadi faktor utama dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelanggan J&T Ekspres. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan, termasuk kecepatan pengiriman dan keramahan kurir, memberikan kontribusi sebesar 54% terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, harga yang kompetitif juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, J&T Ekspres disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan strategi harga agar tetap kompetitif di industri jasa pengiriman.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Introduction

Perkembangan e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, mendorong peningkatan kebutuhan akan layanan pengiriman barang yang cepat dan andal (Tjiptono, 2019). J&T Ekspres, sebagai salah satu perusahaan ekspedisi di Indonesia, menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan lain seperti JNE, SiCepat, dan Pos

Indonesia. Dalam industri jasa pengiriman, kualitas pelayanan dan harga menjadi dua faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2022).

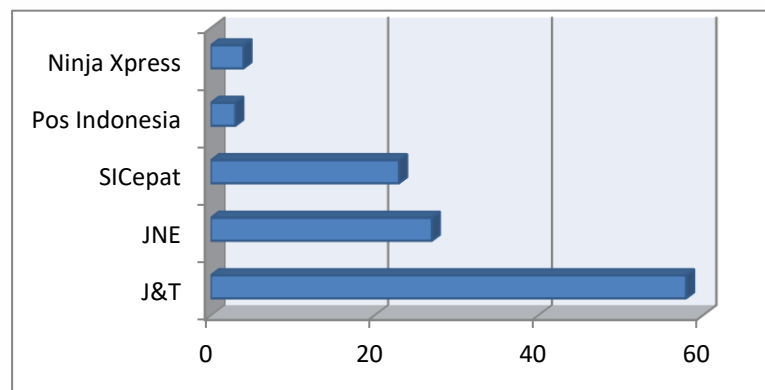
Kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti kecepatan pengiriman, keramahan kurir, dan keamanan barang menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih layanan pengiriman (Duli, 2019). Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang diterima cenderung lebih loyal dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Gunawan, 2020). Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan merupakan strategi utama dalam mempertahankan pelanggan dan memperkuat daya saing perusahaan di industri ekspedisi.

Selain kualitas pelayanan, harga juga berperan penting dalam memengaruhi keputusan pelanggan. Harga yang kompetitif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama jika mereka merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima (Budiarti, 2020). Konsumen cenderung memilih jasa pengiriman yang menawarkan tarif yang wajar dengan layanan yang memadai. Dalam konteks ini, perusahaan ekspedisi perlu menyeimbangkan antara harga yang ditawarkan dan kualitas layanan yang diberikan untuk tetap bersaing di pasar.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri logistik dan jasa pengiriman mengalami pertumbuhan yang pesat, seiring dengan meningkatnya transaksi e-commerce. Perubahan perilaku konsumen yang lebih mengandalkan transaksi daring mendorong kebutuhan akan layanan pengiriman yang cepat, andal, dan efisien. J&T Express sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman di Indonesia berusaha memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan layanan yang mencakup hampir seluruh wilayah Indonesia. Namun, dalam industri yang sangat kompetitif ini, J&T Express harus terus berinovasi dalam memberikan layanan berkualitas tinggi serta menetapkan harga yang sesuai untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. (Budiarti, A. 2020)

Salah satu pemain besar di industri ini adalah JNE. Perusahaan ini dikenal dengan jangkauan pengirimannya yang luas hingga ke pelosok daerah. JNE menawarkan berbagai jenis layanan seperti JNE YES (Yakin Esok Sampai) untuk pengiriman cepat dan JNE OKE untuk layanan dengan biaya lebih ekonomis. JNE sering menjadi pilihan konsumen yang mengutamakan reputasi dan keandalan. Di sisi lain, Pos Indonesia sebagai pemain lama tetap bertahan dengan berbagai inovasi, seperti layanan Q9 (Quick Nine Hours) untuk pengiriman cepat serta integrasi aplikasi untuk pelacakan. Pos Indonesia juga memiliki keunggulan dalam pengiriman barang ke daerah-daerah terpencil yang belum terjangkau oleh ekspedisi lain. (Atmoko, P, 2022)

Selain itu, perusahaan seperti Ninja Xpress dan Anteraja juga meramaikan persaingan dengan menawarkan layanan pengiriman berbasis aplikasi. Ninja Xpress unggul dalam layanan COD (Cash on Delivery) untuk konsumen e-commerce, sementara Anteraja dikenal dengan tarif ekonomis dan layanan Sameday untuk pengiriman cepat di hari yang sama. (Auliya, V, 2021)



Gambar 1. Persaingan Jasa Expedisi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. Dengan memahami hubungan antara kedua variabel ini, J&T Express dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan posisinya di industri jasa pengiriman (Amstrong & Kotler, 2019).

Research Methods

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang dilakukan di kantor PT Global Bintang Timur Ekspres yang beralamat di Jl. Pluit Selatan Raya No.1, RT.21/RW.8, Penjaringan, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14440. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan metode sampel slovin, di mana seluruh populasi dijadikan sampel. Dalam hal ini, jumlah pelanggan yang akan dijadikan sampel adalah sebagian pelanggan PT Global Bintang Timur Ekspres yang berjumlah 100 orang. Metode pengumpulan data dilakukan melalui angket atau kuesioner dalam bentuk pernyataan, di mana pengukuran variabel penelitian pada kuesioner menggunakan skala likert. Dalam pengujian data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji F, analisis regresi linear berganda, serta uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 25.

Result and Discussions

Data yang diperoleh diolah menggunakan program SPSS versi 25. Berikut ini merupakan ringkasan hasil analisis deskriptif dari 2 variabel independen yaitu yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini. Berikut ini diuraikan hasil uji validitas pada seluruh poin pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2). Dasar pengambilan keputusan untuk uji validitas dilihat berdasarkan nilai r_{tabel} dan signifikansinya. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya ada korelasi antar variabel yang dihubungkan. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka artinya tidak ada korelasi antar variabel yang dihubungkan. Diketahui jumlah sampel yaitu 100 responden dengan signifikansi 5% $df=n-2$ pada pendistribusian nilai r_{tabel} *product moment*. Sehingga, temuan nilai r_{tabel}

yakni sebesar $df=100-2$ dengan $\alpha 0,05$, didapat r_{tabel} sebesar 0,197. Berikut ini hasil pengujian validitas untuk tiap-tiap variabel dalam pola penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	.727	0,197	Valid
	2	.737	0,197	Valid
	3	.750	0,197	Valid
	4	.703	0,197	Valid
	5	.710	0,197	Valid
	6	.722	0,197	Valid
	7	.678	0,197	Valid
	8	.734	0,197	Valid
	9	.754	0,197	Valid
	10	.775	0,197	Valid
Harga	1	.704	0,197	Valid
	2	.771	0,197	Valid
	3	.738	0,197	Valid
	4	.763	0,197	Valid
	5	.739	0,197	Valid
	6	.696	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	.806	0,197	Valid
	2	.821	0,197	Valid
	3	.794	0,197	Valid
	4	.735	0,197	Valid

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel di atas, hasil koefisien korelasi setiap pernyataan pada masing- masing variabel lebih besar dari nilai r_{tabel} 0,197. Sehingga, semua butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

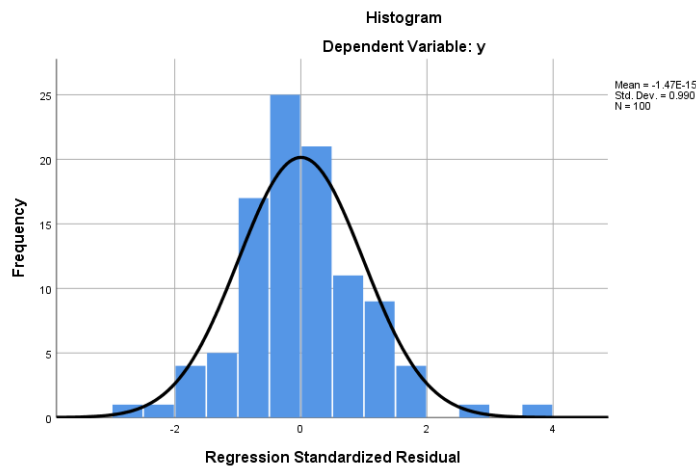
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Kualitas Pelayanan	0,902	Reliabel
Harga	0,830	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,798	Reliabel

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Suatu data disebut reliabel, apabila nilai reabilitas data yang diuji $> 0,60$. Sebaliknya, jika nilai reliabel $< 0,60$, maka nilainya kurang baik atau alat ukur yang digunakan tidak reliabel. Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas diperoleh $> 0,60$ untuk setiap variabel. Sehingga disimpulkan bahwa variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah reliabel.

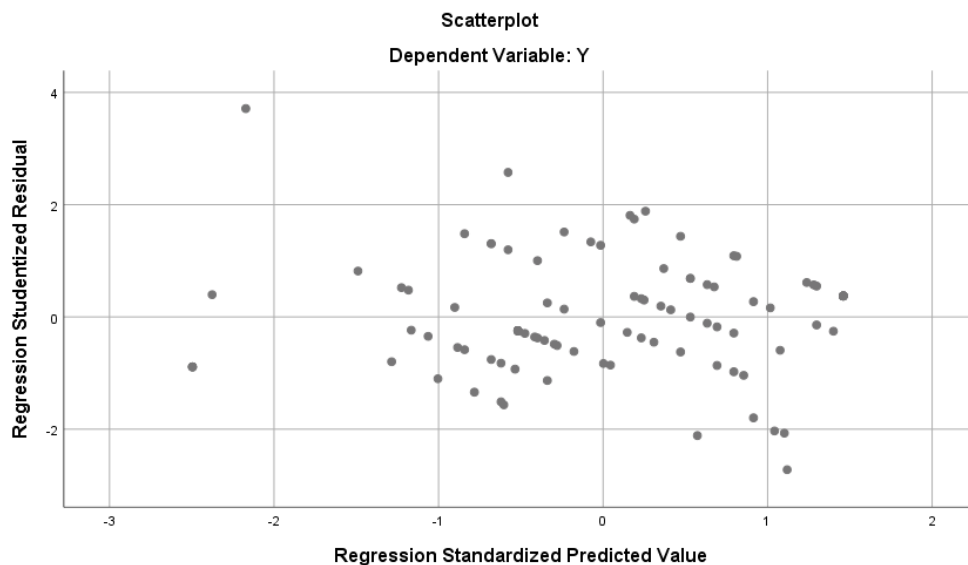
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dalam Grafik Histogram



Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Pada gambar histogram di atas, memiliki garis yang berbentuk lonceng dan kecembungan di tengah. Mayoritas data berada di dalam kurva. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan gambar 2, terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak (random) serta di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolineritas

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.937	1.291		3.050	.003	
	X1	.254	.042	.627	6.108	.000	.451
	X2	.094	.070	.138	1.343	.183	.451

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel 3, hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* 0,451 dan VIF 2,219. Artinya, $0,451 > 0,10$ dan nilai $VIF\ 2,219 < 10$. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diuji dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.507	1.077		6.044	.000
	Kualitas Pelayanan	.420	.032	1.036	13.337	.000
	Harga	.282	.046	.473	6.094	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel 4, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 6,507 + 0,420 + 0,282$$

Angka-angka dalam persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,507 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan harga tidak ada atau bernilai nol maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 6,507.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,420 menunjukkan bahwa jika nilai kualitas pelayanan naik sebesar satu satuan maka nilai kepuasan pelanggan juga akan naik sebesar 0,420.
3. Nilai koefisien harga sebesar 0,282 menunjukkan bahwa jika nilai harga sebesar satu satuan maka nilai kepuasan pelanggan juga akan naik sebesar 0,282.

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.507	1.077		6.044	.000
	Kualitas Pelayanan	.420	.032	1.036	13.337	.000
	Harga	.282	.046	.473	6.094	.000

a. Dependent Variable: Total Y Sumber:
(Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian parsial pada tabel 5, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 13.337 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bisa diterima sesuai dengan ketentuan di mana nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < \text{sebesar } 0,05$ dan nilai koefisien bernilai positif. Hal ini juga berarti apabila semakin baik kualitas pelayan maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil pengujian parsial nilai t_{hitung} sebesar 6.094 dan nilai signifikansi 0,000. Sehingga bisa disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepuasan pelanggan. sesuai dengan ketentuan di mana nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien bernilai positif. Hal ini juga berarti harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan..

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.029	2	122.014	56.879	.000 ^b
	Residual	208.081	97	2.145		
	Total	452.110	99			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X2,
Total X1 Sumber: (Hasil Pengolahan
Data, 2024)

Berdasarkan hasil uji F, didapatkan nilai F hitung sebesar 56.879 sedangkan nilai F tabel yaitu $n-k-1=100-2-1 = 97$ maka nilai F tabel sebesar 3.09 yang berarti bahwa F hitung $56.879 > f \text{ tabel } 3.09$ sehingga dapat

dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan variabel independen pengaruh kualitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.526	1.47062
a. Predictors: (Constant), Pengaruh Kualitas				

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel 7 diatas, diketahui variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberikan pengaruh sebesar 0.531 atau 53.1% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 46.9% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.363	.356	1.71461
a. Predictors: (Constant), Harga				

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel 8 diatas diketahui variabel Harga (X2) memberikan pengaruh sebesar 0.363 atau 36.3% terhadap variabel Harga (X2), sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 63.7% dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.530	1.46464

a. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

b. Dependent Variable: Total Y

Sumber: (Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui bahwa nilai R square (Koefisie Determinasi) sebesar 0.540 yang artinya pengaruh Kualitas Pelayanan (X1)

dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 54.0%. Sedangkan sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Ekspres.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Ekspres.
3. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Ekspres

References

- Amstrong, K. Dan. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Atmoko, P. T., Ketepatan, P., Pengiriman, W., Harga, D., Konsumen, K., Xpress, N., Parni, S., & Atmoko, T. (2022). The Effect Of Timeliness Of Delivery And Price On Consumer Satisfaction At Ninja Xpress Sampit. *Keizai*, 3(2), 93–104. <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/index>
- Auliya, V. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Daring Pada Kepuasan Konsumen Di E-Commerce Shopee. *TECHNOBIZ : International Journal Of Business*, 4(2), 54. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1242>
- Duli. (2019). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>
- Gunawan. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Keller, K. Dan. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi

Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Oktober, 2023(20), 537–552. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8429948>

Noor, F. V. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGANPT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (Vol. 2507, Nomor February).

Tjiptono. (2019). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN LAPTOP BRAND HP (Studi Pada Konsumen Laptop Merek Dell Di Kota Surabaya)* Sri. 10, 1–23.