

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Di Lamongan

Farokhah Muzayinatun Niswah^{1*}, Sofi Machmudatul Rochmah², Indah Khofifah³, Muhammad Ilyas Hanafi⁴, Prita Anggrelia Sugesti⁵, Putra Choliquil Ihsan⁶, Alvin Samariantha Lazim⁷
^{1,2,3,4,5,6,7} Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, Indonesia

Abstrak

The business world is currently increasing, especially in online business. So the existence of a delivery service or courier is needed. One of the well-known shipping services in Indonesian society is J&T Express. This study aims to determine the effect of service quality, facilities, and shipping rates on J&T Express customer satisfaction in Lamongan. This research is a quantitative research with sampling using purposive sampling method. The amount of data obtained is 100 which is collected through a questionnaire. The data were analyzed using multiple linear regression using SPSS 20. The results showed that partially, the service quality variable and shipping rates had an effect on customer satisfaction, while the facility variable had no effect on customer satisfaction. Simultaneously, the variables of service quality, facilities, and shipping rates together affect customer satisfaction.

Keyword: Service Quality, Facilities, Shipping Rates, Customer Satisfaction.

Article Info

Affiliation:

^{1,2,3,4,5,6,7} Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Lamongan

*Correspondence:

E-mail address:
fmniswah@gmail.com

Article History:

Received : 2021 - 04 - 11

Reviewed: 2021 - 04 - 19

Revised : 2021 - 05 - 12

Accepted : 2021 - 06 - 20

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis meningkat sebanding dengan meningkatnya permintaan masyarakat Indonesia terhadap produk dalam memenuhi kebutuhan. Tingginya permintaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan menjadi sebuah peluang bisnis tersendiri bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Konsumen sekarang mulai menuntut akan adanya kualitas yang semakin baik dan harga yang rendah. Hal ini tentu merupakan tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang mereka inginkan. Dampaknya adalah perusahaan harus mulai berpikir keras bagaimana untuk meningkatkan produktivitas dengan efisiensi sebaik mungkin untuk dapat bersaing di pasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan konsumen (Majid dan Dwiyanto, 2017).

J&T Express mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2015 dan menghadirkan layanan operasional 365 hari tanpa libur. J&T Express menjadi brand pertama di Indonesia yang fokus pada bisnis *online* dengan meluncurkan slogan "*Express Your Online Business*". Tahun 2018 J&T Express sukses meraih posisi kedua Top Brand Award kategori Top Brand Index Jasa Kurir dan berekspansi ke

Negara Asia Tenggara yakni Malaysia dan Vietnam (Sumber: jet.co.id, 2021). J&T Express menempati urutan ke-2 pada Top Brand Index dari tahun 2018-2020.

Tabel 1. Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2018, 2019, dan 2020

BRAND	TOP BRAND INDEX			RANKING		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
JNE	45,0%	26,4%	27,3%	1	1	1
J&T Express	13,9%	20,3%	21,3%	2	2	2
Tiki	13,6%	12,6%	10,8%	3	3	3
Pos Indonesia	11,6%	5,4%	7,7%	4	4	4
DHL	3,4%	3,8%	4,1%	5	5	5

Sumber: topbrand-award.com, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat pada tahun 2018, 2019 dan 2020 JNE dan J&T Express masih mempertahankan posisinya menjadi Top Brand di mana JNE menjadi peringkat ke-1 dan J&T Express pada posisi ke-2. Meskipun JNE berhasil bertahan di no.1, tetapi berdasarkan nilai persentase, JNE mengalami naik turun. Berbeda dengan J&T Express yang secara posisi nomor 2 tetapi berdasarkan nilai persentase yang didapatkan mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. J&T Express mengalami peningkatan yang dibandingkan dengan para pesaingnya yaitu JNE, Tiki Pos Indonesia, dan DHL. Hal tersebut menunjukkan bahwa J&T Express mempunyai peluang menjadi *brand* jasa kurir nomor 1 di Indonesia jika J&T Express konsisten dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.
3. Mengetahui pengaruh tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan secara simultan.

2. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan sangat penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau perusahaan tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

2. Fasilitas

Menurut Tjiptono & Chandra, (2011) fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan. Menurut Tjiptono, (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang

harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

3. Tarif Pengiriman

sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut Tjiptono, (2014) tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa tarif pengiriman seringkali digunakan sebagai indikator nilai bila tarif tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas yang terjual, secara tidak langsung tarif juga mempengaruhi biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan tarif pengiriman mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2013), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumennya akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Indrasari, 2019).

5. Hipotesis Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian seperti yang diuraikan sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H1: Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.

H2: Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.

H3: Tarif pengiriman secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.

H4: Kualitas Layanan, fasilitas, dan tarif pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara

random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Menurut Sekaran (2006), Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal yang ingin peneliti investigasi. Sedangkan menurut Sanusi (2009), populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri - ciri tertentu yang dapat dipergunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri - ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan J&T Express di Lamongan.

Menurut Sugiyono (2010), Sampel merupakan 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 pelanggan J&T Express di Lamongan per-tahunnya. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2010). Kriteria pengambilan sampel penelitian yaitu responden yang pernah menggunakan jasa J&T Express di Lamongan dan berdomisili Lamongan.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden yaitu pengguna jasa pengiriman J&T Express di Lamongan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui google form. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Dengan menggunakan skala Likert setiap indikator diubah menjadi item-item instrument yang di dapat dari pertanyaan atau pernyataan. Setiap pernyataan maupun pertanyaan diukur dengan skala penilaian Likert yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing- masing diberi bobot 1-5.

Suliyanto (2011), menyatakan bahwa dalam regresi berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas, di samping juga terdapat pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

4. Hasil dan Pembahasan

Tabel 2. Hasil Validitas Masing – Masing Variabel

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,590		Valid

Kualitas Pelayanan	X1.2	0,489	0,195	Valid
	X1.3	0,572		Valid
	X1.4	0,507		Valid
	X1.5	0,543		Valid
Fasilitas	X2.1	0,631		Valid
	X2.2	0,556		Valid
	X2.3	0,451		Valid
	X2.4	0,526		Valid
	X2.5	0,645		Valid
Tarif Pengiriman	X3.1	0,494		Valid
	X3.2	0,476		Valid
	X3.3	0,609		Valid
	X3.4	0,611		Valid
	X3.5	0,575		Valid
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,449		Valid
	Y.2	0,776	Valid	
	Y.3	0,687	Valid	
	Y.4	0,729	Valid	
	Y.5	0,655	Valid	

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, tarif pengiriman, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai R hitung di atas nilai R table. Maka

dengan data yang diperoleh, pertanyaan untuk variabel tersebut dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,708	5	0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,836	5		Reliabel
Tarif Pengiriman (X3)	0,731	5		Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,869	5		Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

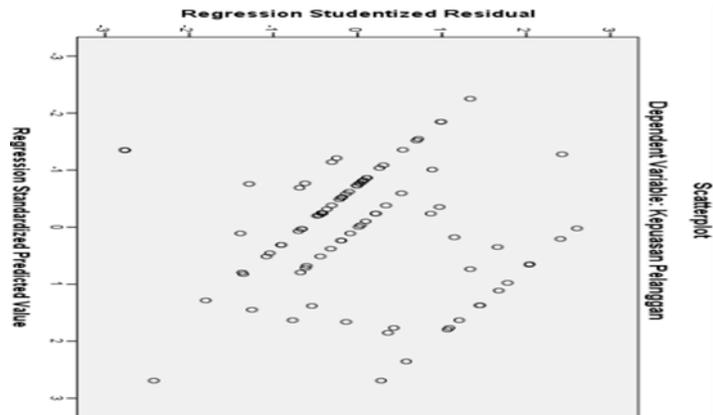
Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel semua lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dan kuesioner kualitas pelayanan, fasilitas, tarif pengiriman, dan kepuasan pelanggan semua reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.945	1.927		2.566	.012		
1 Kualitas Pelayanan	.374	.088	.375	4.227	.000	.752	1.329
Fasilitas	.090	.081	.096	1.104	.272	.777	1.287
Tarif Pengiriman	.322	.088	.333	3.658	.000	.714	1.400

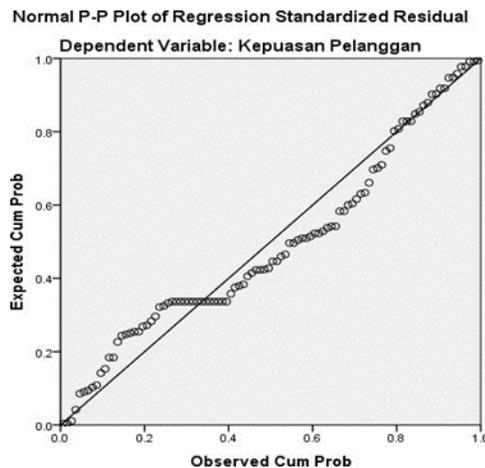
Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman secara berurutan yaitu 1,329; 1,287; dan 1,400 yang mana nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10. Sedangkan angka Tolerance variabel tersebut secara berurutan yaitu 0,752; 0,777; dan 0,714 yang mana angka Tolerance tersebut mendekati angka 1. Karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan angka Tolerance mendekati 1, maka dapat dikatakan tidak ada multikolinieritas pada ketiga variabel dependen tersebut.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar tersebut dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa distribusi mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y (Expected Cum Prob) dengan sumbu X (Observed Cum Prob). Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.867	3	58.956	24.174	.000 ^b
	Residual	234.123	96	2.439		
	Total	410.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Tarif Pengiriman, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan juga Nilai F hitung $24,174 > F$ tabel 2,70 dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas

Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Tarif Pengiriman (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 6. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.945	1.927		2.566	.012		
	Kualitas Pelayanan	.374	.088	.375	4.227	.000	.752	1.329
	Fasilitas	.090	.081	.096	1.104	.272	.777	1.287
	Tarif Pengiriman	.322	.088	.333	3.658	.000	.714	1.400

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai T hitung dan Signifikansi. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan Nilai T hitung 4,227 > T tabel 1,660 dan Nilai Signifikansi 0,000 < 0,05 dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk variabel Fasilitas (X2) dengan Nilai T hitung 1,104 < T tabel 1,660 dan Nilai Signifikansi 0,272 > 0,05 dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dan untuk variabel Tarif Pengiriman (X3) dengan Nilai T hitung 3,658 > 1,660 dan Nilai Signifikansi 0,000 < 0,05 dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel X3 mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.656 ^a	.430	.413	1.562	1.681

a. Predictors: (Constant), Tarif Pengiriman, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,413. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Tarif Pengiriman memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 41,3% sedangkan 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 8. Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.945	1.927		2.566	.012		
	Kualitas Pelayanan	.374	.088	.375	4.227	.000	.752	1.329
	Fasilitas Tarif	.090	.081	.096	1.104	.272	.777	1.287
	Pengiriman	.322	.088	.333	3.658	.000	.714	1.400

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Persamaan linier antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,945 + 0,374 X_1 + 0,090 X_2 + 0,322 X_3$$

Dimana:

- Konstanta (α) sebesar 4,945, yang berarti apabila kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman tetap atau tidak diubah, maka kepuasan pelanggan cenderung positif.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah positif (0,374). Ini dapat diartikan apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi variabel fasilitas adalah positif (0,090). Ini dapat diartikan apabila fasilitas yang diberikan kepada pelanggan memenuhi keinginan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
- Koefisien regresi tarif pengiriman adalah positif (0,322). Ini dapat diartikan apabila tarif pengiriman yang sesuai dengan keinginan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji T sebesar 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Ini berarti bahwa pelanggan J&T Express di Lamongan memperhatikan betul kualitas pelayanan J&T Express di Lamongan sehingga nantinya akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap jasa J&T Express di Lamongan. Hal ini berarti H1 diterima bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan”. Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rohman S. & Abdul F.W (2021), Abdurrahman, dkk. (2019), kemudian Sakti B.J. & Mahfudz (2018) dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diperoleh hasil bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji T sebesar 0,272 atau lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Ini berarti bahwa pelanggan J&T Express di Lamongan memperhatikan betul fasilitas J&T Express di Lamongan sehingga nantinya akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap jasa J&T Express di Lamongan. Hal ini berarti H2 ditolak bahwa “Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan”. Hasil penelitian ini juga berbeda dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdurrahman, dkk. (2019) dan Sakti B.J. & Mahfudz (2018).

Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diperoleh hasil bahwa tarif pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji T sebesar 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Ini berarti bahwa pelanggan J&T Express di Lamongan memperhatikan betul tarif pengiriman J&T Express di Lamongan sehingga nantinya akan berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap jasa J&T Express di Lamongan. Hal ini berarti H3 diterima bahwa “Tarif Pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan”. Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdurrahman, dkk. (2019), dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi pada uji F sebesar 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Hal ini berarti jika ada peningkatan secara bersama-sama atau simultan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman maka akan berpengaruh meningkatkan kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan. Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdurrahman, dkk. (2019), dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.

2. Variabel Fasilitas (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.
3. Variabel Tarif Pengiriman (X3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.
4. Variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman secara berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan.

Bagi perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi, kualitas pelayanan yang dimaksud yaitu dapat mengirim barang dengan tepat waktu sesuai layanan yang diberikan, memahami kebutuhan pelanggan, dapat menjawab keluhan yang dirasakan pelanggan dengan baik, tanggap dalam membantu pelanggan dan masih banyak lagi yang harus dibenahi. Begitupun dengan fasilitas yang ada, misalnya diberikan tempat duduk yang lebih banyak dan nyaman untuk pelanggan mengantre. Kemudian untuk pemberian tarif pengiriman yang terjangkau oleh semua kalangan sehingga konsumen merasa puas dan dapat membuat perusahaan berkembang lebih pesat lagi.

Pengukuran kualitas layanan melalui survei dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan sebaiknya dilakukan pihak J&T Express secara berkala dan terus menerus sehingga perusahaan dapat mengikuti perkembangan keinginan konsumen dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan. Selanjutnya bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express di Lamongan ataupun dari variabel lain misalnya lokasi, keragaman produk, dan lainnya.

Daftar Pustaka

- , 2013. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Abdurrahman., Hafizha, S., Nuryani, H. S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1). <https://www.researchgate.net/publication/339618504> , 4 Juli 2021.
- Ghozali, I . 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Edisi Keenam. Cetakan Keenam. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I . 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Edisi Kelima. Cetakan Keenam. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. & Amstrong. 2012. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. & Keller, L. K. 2013. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Majid dan Dwiyanto. 2017. Analisis Pengaruh Long-Term Relationship, Information Sharing, Trust, dan Process Integration, Terhadap Kinerja Supply Chain Management. *Diponegoro Journal Of Management*. 6(4), 1-12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/17941/17014>, 4 Juli 2021.
- Noeraini, Irma Ayu. & Sugiyono. 2016. Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan,

- dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(5), 2461-0593.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/687>, 4 Juli 2021.
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73-85.
<https://www.researchgate.net/publication/349891496>, 4 Juli 2021.
- Priyatno, D. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- PT. Global Jet Express. 2021. *Riwayat Perusahaan*. jet.co.id/about/company, 14 Juli 2021.
- Rohman, S. & Abdul, F. W. 2021.
- Sakti, B. J. & Mahfudz. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Semarang. Diponegoro *Journal of Management*. 7(4), 1-8.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/22343/20493>. 4 Juli 2021
- Sanusi, Anwar. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, J & Suhayati, E. 2010. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima Belas. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit dan Percetakan CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Tjiptono, F., Chandra, G. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Top Brand Award. 2021. *TOP BRAND INDEX*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, 4 Juli 2021
- Zakaria, M. H. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Wilayah Semarang. http://eprints.dinus.ac.id/17137/1/jurnal_15506.pdf, 4 Juli 2021.