

	Revenue : Lentera Bisnis Manajemen Volume 01 No 02 Mei 2023 E ISSN : 2986-1853 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Langgeng Sri Handayani ^{1*}, Apriel Triariesta Putri ²

^{1,2}Universitas Pelita Bangsa

*E-mail: langgenghanda@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

PT. JNE telah menjadi salah satu jasa yang terpercaya di dalam jasa pengi-riman barang di Indonesia. Inovasi yang dilakukan JNE untuk meningkatkan minat dan keputusan pembelian penggunaan jasa ekspedisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa prodi Manajemen Angkatan 2018 Universitas Pelita Bangsa Cikarang dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 95 orang. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena semakin tepat dan sesuai dengan yang di harapkan konsumen dalam penentuan harga dan kualitas yang sesuai manfaat jasa yang di berikan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena dengan memberikan rasa kepercayaan yang baik dan dapat di pertanggung jawabkan, maka akan mampu meningkatkan rasa kepuasan bagi para pelanggan ekspedisi JNE.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

Abstrak

PT. JNE has become one of the most trusted services in freight forwarding services in Indonesia. Innovations made by JNE to increase interest in and purchase decisions using expedition services. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price and trust on customer satisfaction on JNE expeditions. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The population of this study were students of the 2018 Class of Management Study Program, Pelita Bangsa University, Cikarang and the population used in this study was 95 people. While the analytical technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS version 25 application. The results of this study indicate that the variables of service quality, price, and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction because they are more precise and in accordance with what consumers expect in pricing and Quality that matches the benefits of the services provided will increase customer satisfaction. Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction because by providing a good and accountable sense of trust, it will be able to increase the sense of satisfaction for JNE expedition customers.

Keywords : Service Quality, Price, Trust, Customers' Satisfaction

Pendahuluan

Di era industri 4.0 perkembangan industri teknologi informasi dan komunikasi sangat pesat, salah satunya sektor jasa pengiriman sekarang sudah menggunakan teknologi canggih untuk operasional dalam jasa pengirimannya. Salah satunya jasa pengiriman barang saat ini menggunakan aplikasi yang disebut dengan “Sistem Tracking Real Time” yang memudahkan pelanggan. Fasilitas ini dapat memantau keberadaan paket yang dikirim hingga mendapatkan estimasi waktu tiba ditujuan sesuai dengan target yang diberikan. Sejak wabah Covid-19 ini

	Revenue : Lentera Bisnis Manajemen Volume 01 No 02 Mei 2023 E ISSN : 2986-1853 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

jasa pengiriman mengalami perkembangan hal ini juga dirasakan oleh para penjual online karena banyak masyarakat yang kini lebih sering belanja online.

Menurut data survei yang dilakukan MarkPlus, Inc. mencatat penggunaan jasa kurir untuk melakukan pengiriman barang meningkat selama masa pandemi virus corona *Covid-19*. Secara rinci, ada 39% responden yang mengaku frekuensi penggunaan jasa kurir meningkat signifikan saat masapandemi. Sebanyak 39% responden menyatakan penggunaan jasa kurir sedikitmeningkat. Kemudian, 13% responden bilang frekuensi penggunaan kurir pada masa pandemi tak berubah dibandingkan sebelumnya. Sebanyak 4%responden mengaku penggunaan jasa kurir sedikit menurun saat pandemi. Sementara, 5% responden menyatakan penggunaan jasa kurir menurun signifikan pada saat ini. Survei cepat MarkPlus, Inc dilakukan terhadap 122 responden di seluruh Indonesia. Rinciannya, 59,8% responden berasal dari Jabodetabek dan 41,2% dari non-Jabodetabek. (*Sumber : Databoks, katadata.co.id*).

Sejak pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah kegiatan diluar rumah dibatasi sehingga banyak masyarakat yang tinggal dirumah yang menyebabkan belanja online meningkat drastis, hal ini juga yang dirasakan oleh perusahaan ekspedisi karena pada masa PSBB perusahaan ekspedisi mengalami peningkatan sebanyak 30 persen. Tingginya frekuensi pengiriman barang jasa pada perusahaan ekspedisi terjadi karena besarnya frekuensi pengiriman pada penjualan online seperti lazada, shopee, tokopedia, dan lain-lain. Hal tersebut yang membuat pengiriman pada perusahaan ekspedisi semakin berkembang. Fenomena ini menyebabkan semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan *e-commerce*, membuka suatu peluang untuk perusahaan ekspedisi agar turut berperan dalam proses pengiriman barang dan jasa. Dari fenomena tersebut, dapat dilihat bahwa minat konsumenyang tinggi terhadap barang dan jasa. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan *e-commerce* yang berkembang pesat. perkembangan *e-commerce* ini mempengaruhi peningkatan terhadap distribusi pengiriman barang dan jasa, dimana pelanggan membutuhkan suatu pelayanan dengan kualitas yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Salah satu jasa pengiriman terpopuler di Indonesia, yaitu JNE, dengan nama resmi PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE), Perusahaan ini didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprpto Suparno. Awalnya perusahaan ini didirikan sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TiKi) untuk mengurus jaringan kurir internasional yang kegiatan usahanya terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan/impor kiriman barang/dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. JNE merupakan penyedia layanan logistik terbesar dan terlengkap diIndonesia dan pelanggan pengguna jasa JNE juga banyak dan cukup diperhitungkan oleh para pesaing bergerak di bidang yang sama. JNE menyediakan dokumen pengiriman, kendaraan, paket, dll. Di Indonesia, kantor perwakilan PT. JNE terdapat 75 unit, 53 unit kantor cabang dan sebanyak 2.073 agen dan sub-agennya.

PT. JNE telah menjadi salah satu jasa yang terpercaya di dalam jasa pengiriman barang di Indonesia. Inovasi yang dilakukan JNE untuk meningkatkan minat dan keputusan pembelian penggunaan jasa ekspedisi. Pengguna jasa JNE mengalami peningkatan yang cukup baik, hal ini ditunjukkan JNE dianugerahi berbagai penghargaan di tahun 2016-2020, seperti, Indonesia *Original Brand*, Indonesian *Customer Satisfaction Award 2016*, *HR Excelent Award*, *Service quality award*, Indonesia *E- Commerce Award 2016* dan *The Best Industry Marketing Champion 2016 for logistic sector*. Jumlah transaksi pengiriman JNE juga meningkat sebesar 30% secara konsisten setiap tahunnya, mulai tahun 2010, seiring dengan

	<p style="text-align: center;">Revenue : Lentera Bisnis Manajemen Volume 01 No 02 Mei 2023 E ISSN : 2986-1853</p> <p style="text-align: center;">https://lenteranusa.id/</p>	
---	---	---

perkembangan *e-commerce* di era digital. Sampai dengan akhir tahun ini, kapasitas pengiriman JNE telah mencapai 16 juta paket setiap bulan dan diprediksi akan meningkat sekitar 30% sampai 40% di tahun depan. Perkembangan bisnis perusahaan menyerap lebih dari 25 ribu tenaga kerja dari berbagai bidang di seluruh Indonesia. Jumlah tersebut adalah 16 ribu karyawan kantor pusat dan cabang utama di 34 provinsi, ditambah dengan jumlah karyawan kantor perwakilan serta mitra atau agen JNE. Sistem pengelolaan karyawan oleh JNE pun mendapatkan penghargaan dalam bidang SDM yaitu *Stellar Workplace Award* 2020. Peningkatan infrastruktur dan perluasan jaringan terus dilakukan dan kini JNE memiliki lebih dari 6000 jaringan di seluruh nusantara. Ke depannya, diperkirakan jumlah jaringan akan bertambah sebesar 10% - 15% dan peluang kerjasama bagi masyarakat untuk menjadi mitra JNE terus terbuka. (Sumber : <http://jne.co.id>).

Dengan memahami keinginan dan harapan pelanggan dari kualitas pelayanan yang disediakan, maka akan didapat nilai tambah tersendiri bagi suatu perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Cahyati & Seminari, 2020) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan pada layanan ekspedisi semakin meningkat. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Khamali dkk, 2018) kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tjiptono & Diana (2016, hlm. 219), menyatakan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang didapatkan pelanggan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang didapatkan. Seringkali pula dalam penentuan nilai sebuah barang atau jasa, pelanggan membandingkan kemampuan barang atau jasa bersangkutan dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi.

Setelah memberikan kualitas pelayanan yang baik juga harga ongkos kirim yang terjangkau JNE tentu akan meningkatkan kepercayaan agar membuat konsumen menjadi puas dan menggunakan ekspedisi JNE secara terus menerus, kepercayaan menurut Barnes adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran (Chulaifi & Setyowati 2018). Kepercayaan ini melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya, sehingga kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia barang dan jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya (Bilondatu (2013).

Metode

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang dituju dalam penelitian ini adalah pengguna ekspedisi JNE di Universitas Pelita Bangsa Cikarang, Mahasiswa Angkatan 2018 prodi manajemen yang berjumlah 1.771 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menetapkan kriteria yang akan menjadi sampel penelitian adalah Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa prodi manajemen angkatan 2018, pengguna atau pernah menggunakan ekspedisi JNE.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin yaitu 95 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh langsung dari objek penelitian melalui survei kuesioner di Google Form. Data Sekunder diperoleh bersumber dari Katadata, *top brand award*, artikel ekspedisi. Metode pengumpulan data Kuesioner diartikan sebagai cara mengumpulkan data dari narasumber dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan untuk selanjutnya dijawab oleh narasumber dalam penelitian. Kemudian jawaban yang telah diberikan narasumber dikumpulkan untuk selanjutnya diolah serta ditarik kesimpulannya. Jenis skala dari pengukuran dalam penelitian ini ialah skala likert. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian dapat menghitung perilaku, pemahaman, serta pandangan dari narasumber

Hasil dan Pembahasan

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 25. Rincian hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,583	3,469		1,321	,190
Kualitas Pelayanan	,079	,040	,193	2,003	,048
Harga	,178	,086	,197	2,070	,041
Kepercayaan	,375	,125	,301	3,002	,003

Sumber : Data Output SPSS (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi yang mempresentasikan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), yaitu:

$$Y = 4,583 + 0,079X_1 + 0,178X_2 + 0,375X_3$$

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen terhadap variabel dependen. Bila variabel independen naik atau berpengaruh, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 4,583 atau terpengaruhi. Koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X1) = 0,079 Merupakan nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), artinya jika tingkat Kualitas Pelayanan (X1) mengalami kenaikan maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,079 atau 7,9%. Koefisien bernilai positif artinya antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) berhubungan positif. Koefisien variabel Harga (X2) = 0,178 Merupakan nilai koefisien regresi

variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), artinya semakin baiknya tingkat Harga (X2) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,178 atau 17,8%. Koefisien bernilai positif artinya antara variabel Harga (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) berhubungan positif. Koefisien variabel Kepercayaan (X3) = 0,375 Merupakan nilai koefisien regresi variabel Kepercayaan (X3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), artinya semakin baiknya Kepercayaan (X3) maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,375 atau 37,5%. Koefisien bernilai positif artinya antara variabel Kepercayaan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) berhubungan positif.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Variabel	t hitung	Sign	t tabel
Kualitas Pelayanan	2,003	0,048	1,986
Harga	2,070	0,041	1,986
Kepercayaan	3,002	0,003	1,986

Sumber : Data Output SPSS v.25, Diolah Tahun 2022

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel Kualitas Pelayanan dapat diperoleh t hitung = 2,003 dengan nilai signifikansi 0,048 dengan probabilitas $< 0,05$ karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,003 > 1,986$) maka H_0 ditolak, artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai t hitung positif, artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi nilai Kepuasan Pelanggan yang di dapat. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel Harga (X2) dapat diperoleh t hitung = 2,070 dengan nilai signifikansi 0,041 dengan probabilitas $< 0,05$ karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,070 > 1,986$) maka H_0 ditolak, artinya bahwa variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai t hitung positif, artinya semakin baik Harga yang diberikan maka semakin baik pula nilai Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel Kepercayaan (X3) dapat diperoleh t hitung = 3,002 dengan nilai signifikansi 0,003 dengan probabilitas $< 0,05$ karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($3,002 > 1,986$) maka H_0 ditolak, artinya bahwa variabel Kepercayaan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai t hitung positif, artinya semakin baik Kepercayaan yang diberikan maka semakin baik pula nilai Kepuasan Pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terkait. Nilai koefisien determinasi atau adjusted R^2 antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi atau adjusted R^2 yang mendekati satu, yang artinya menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas (X) yang besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi atau adjusted R^2 semakin kecil atau mendekati nol, maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,496 ^a	,246	,221	2,870

Sumber : Data Output SPSS v.25, Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan hasil *Adjusted R Square* 0,22 artinya secara efektif 22,1%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 22,1%. Sementara sisanya 77,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada ekspedisi JNE. Dimana diperoleh hasil *t* hitung dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 2,003 dengan nilai *t* tabel sebesar 1,986 maka nilai *t* hitung lebih besar dari pada *t* tabel atau nilai signifikansi 0,048 lebih kecil dari pada taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori menurut menurut Kotler dan Keller (2016) yakni apabila perusahaan mampu memenuhi segala fitur yang diinginkan konsumen, serta dapat memberikan pelayanan yang sesuai serta berkualitas terhadap para konsumen maka akan menimbulkan rasa puas atas segala kebutuhan yang diinginkan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfan (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Di Berikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.” Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kenari waterpark Bontang. Berdasarkan hasil observasi langsung di salah satu agen JNE yang berada di dekat rumah penulis, bahwa JNE selalu memberikan layanan secara cepat, karyawan JNE juga selalu memberikan keramahan dalam memberikan pelayanan, kantor agen-agen JNE yang bersih serta ketepatan dan kecepatan waktu dalam melakukan pengiriman barang membuat konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh positif antar variabel Harga (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada ekspedisi JNE. Dimana diperoleh hasil *t* hitung dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Harga (X2) sebesar 2,070 dengan nilai

	Revenue : Lentera Bisnis Manajemen Volume 01 No 02 Mei 2023 E ISSN : 2986-1853 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

t tabel sebesar 1,986 maka nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel atau nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dari pada taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pendapat ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Amstrong (2014) yang menyatakan bahwa harga dapat diukur antara lain dengan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mar'ati (2016) hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ojek online (gojek) Surabaya. Berdasarkan hasil observasi langsung di salah satu agen JNE yang berada di dekat rumah penulis, bahwa harga yang ditawarkan ekspedisi JNE lebih kompetitif dibanding dengan perusahaan ekspedisi yang lain. Harga tarif ongkos kirim JNE Rp. 9.000., untuk daerah Jabodetabek dengan kriteria pengiriman reguler termasuk terjangkau untuk semua kalangan yang ingin memakai ekspedisi JNE. Tarif yang diberikan oleh JNE juga sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE.

Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa ada pengaruh positif antar variabel Kepercayaan (X3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada ekspedisi JNE. Dimana diperoleh hasil t hitung dari hasil analisis regresi linier berganda untuk variabel Kepercayaan (X3) sebesar 3,002 dengan nilai t tabel sebesar 1,986 maka nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel atau nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari pada taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pernyataan ini sejalan dengan teori yang Menurut Kotler dan Keller (2016 : 225), kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Khasanah (2015) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel pondok tinggal Magelang. Berdasarkan hasil observasi langsung di salah satu agen JNE yang berada di dekat rumah penulis, bahwa konsumen percaya bahwa JNE selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Hal ini dapat dibuktikan ketika ada pengantaran barang yang tidak sesuai dengan alamat pengiriman penerima yang dituju, maka pihak ekspedisi JNE langsung dengan cepat melayani keluhan konsumen dan dapat mengajukan pengembalian barang yang dikirim sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini yang membuat jasa ekspedisi JNE dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE.

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE. Analisis dibantu dengan menggunakan software SPSS versi 25 yang menguji pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya hasil dari analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan kesimpulan bahwa Hasil dari uji parsial dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh

	<p style="text-align: center;">Revenue : Lentera Bisnis Manajemen Volume 01 No 02 Mei 2023 E ISSN : 2986-1853</p> <p style="text-align: center;">https://lenteranusa.id/</p>	
---	---	---

yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada ekspedisi JNE. Artinya jika kualitas pelayanannya baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hasil dari uji parsial dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada ekspedisi JNE. Artinya jika harga yang Uji t dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada ekspedisi JNE. Artinya jika kepercayaan konsumen terjaga dengan baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Daftar Pustaka

- Aeny, N., Eksan, M., & Tanjung, A. (2019). The effect of service price and quality on customer satisfaction online transportation services. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 1(1).
- Anshar, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–16.
- Ardani, I. P., & Handayani, J. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Serba Bisa Pada Pd. Bpr Bkk Kota Semarang Periode Juni 2019. *Keunis*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2131>
- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen JNE Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 2010, 27–39.
- Berliana, P. N., Suharyati, & Handayani, T. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). *Prosiding Biema*, 1(1), 440–546.
- Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125.
- Khairinia, A., & Julianda, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE CabangLhokseumwe)*. 9, 1–5.
- Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Global Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>
- Lubis, I. M., & Setiawati, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tiki Agen Batununggal Bandung. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2682–2688.
- Muafa, I. W. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jne Di Merauke. *Musamus Journal of Business & Management*, 1(1), 32–46. <https://doi.org/10.35724/mjbm.v1i1.1257>
- Nashrullah, R., Yudianto, A., & Meddy, N. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Pada Ksu Anugrah Rezeki Jatibarang Indramayu. *Jurnal Indonesia*

	Revenue : Lentera Bisnis Manajemen Volume 01 No 02 Mei 2023 E ISSN : 2986-1853 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

- Sosial Sains*, 1(5), 458–474.
- Noeraini, I. A. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN: 2461-0593, 5(5), 1–17.
- Novia, H. E., & Sutrisna, E. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Ekspedisi di Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(2), 1– 15.
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., Walangitan, O. F. C., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu. *Productivity*, 2(5), 397–402.
- Siburian¹, W., & Kartika², L. N. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Di Perawang*. July, 1–23.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Sudigdo, A., & Taufik, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan GarudaExpress Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 137–146. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i02.191>
- Sukaesih, D., Mulyani, A., & Usman, B. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(1), 18. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i1.4288>
- Surtinah, W., & Ekhsan, M. (2020). Customer Relationship Management dan Kepuasan Konsumen Pada Restaurant di Jakarta. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(2), 50-56.
- Tang, S. A., & Munawaroh, R. R. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bentara Sinergis Multifinance Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 22(2).
- Wicaksono, A. P. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Bumi Bahari Gemilang EMKL. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1).