

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SYNERGY FIRST LOGISTICS DI KANTOR PUSAT BINTARO TANGERANG SELATAN

Angga Difa Sidiqa Nur Ramadhan¹, Fauziah Septiani²

¹Universitas Pamulang

²Universitas Pamulang

¹difaangga456@gmail.com, ²dosen01771@unpam.ac.id

Info Kata kunci:

Kualitas Pelayanan; Harga; Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 6.242 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah Non-Probability Sampling, pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan total jumlah responden sebanyak 98 orang. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 31,7% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(6,669 > 1,985)$. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 47,9% dan uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(9,397 > 1,985)$. Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 6,171 + 0,261 X_1 + 0,497 X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 53,8% sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(55,247 > 3,09)$.

Keywords :

Service Quality; Price; Customer Satisfaction

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at PT. Synergy First Logistics at the Bintaro head office, South Tangerang. The method used is a quantitative method with an associative approach. The population in this study was 6,242 customers. The sampling technique used was Non-Probability Sampling, sampling using the Slovin formula with a total number of respondents of 98 people. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, coefficients of determination and hypothesis testing. The results of this research are that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination value of 31.7% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(6.669 > 1.985)$. Price has a significant effect on customer satisfaction with a coefficient of determination value of 47.9% and the hypothesis test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(9.397 > 1.985)$. Service quality and price simultaneously have a significant effect on employee performance with the regression equation $Y = 6.171 + 0.261 X_1 + 0.497 X_2$. The coefficient of determination value is 53.8% while the remaining 46.2% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a calculated F value $> F$ table or $(55.247 > 3.09)$.



©2024 Penulis. Diterbitkan oleh Rasional Filosofia Logika Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha baik manufaktur dan jasa yang terjadi pada era industrialisasi 4.0 saat ini semakin ketat. Logistik memegang peranan penting dalam sebuah *supply chain*. Dengan dibukanya pasar dan perdagangan *global*, membuka peluang bagi perusahaan untuk memperluas wilayah pemasaran ataupun distribusi baik antar wilayah maupun antar negara. Hal ini menuntut perusahaan untuk memiliki sistem logistik yang efisien dan handal guna memastikan produk atau jasa dapat sampai ke tangan konsumen tepat waktu dan dalam kondisi yang baik. Selain itu, perusahaan juga harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar dan perkembangan teknologi untuk tetap kompetitif di pasar global, perusahaan juga perlu membangun kemitraan strategis dengan penyedia logistik dan memperkuat jaringan distribusi untuk mengoptimalkan biaya dan waktu pengiriman.

Persaingan yang semakin ketat dirasakan oleh perusahaan penyedia jasa logistik atau pengiriman kilat. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan pengguna jasa logistik. Melihat adanya peluang usaha pada perusahaan penyedia jasa logistik maka pebisnis berlomba mendirikan perusahaan yang bergerak dibidang tersebut. Pada dasarnya perusahaan ini membantu perusahaan yang bergerak dibidang penghasil barang dalam melayani konsumen yang berada jauh dari perusahaan demi tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat sebagai konsumen.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor logistik mengalami pertumbuhan berkelanjutan selama tiga triwulan berturut-turut sejak awal tahun 2022. Berdasarkan data BPS, sektor logistik menunjukkan pertumbuhan paling signifikan pada triwulan I-III tahun 2022, dengan tingkat pertumbuhan masing-masing sebesar 15,79%, 21,27%, dan 25,81%. Berdasarkan pertumbuhan tersebut, Supply Chain Indonesia (SCI) memperkirakan kontribusi sektor transportasi dan perdagangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp 1.090,2 triliun pada tahun 2023. Hal ini mendorong maraknya perusahaan yang menawarkan jasa logistik atau pengiriman cepat. Banyak perusahaan mengalami pertumbuhan dan kemajuan, namun sejumlah besar perusahaan baru menghadapi penutupan karena ketidakmampuan mereka mendapatkan pangsa pasar. Perusahaan yang gulung tikar dapat disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan terhadap produk dan layanannya. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk mendominasi pasar dan mencapai pertumbuhan dan kemajuan.

Kepuasan pelanggan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan dari banyak aspek. Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa, (2019) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan.

kepuasan pelanggan mengacu pada keadaan di mana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Menurut Kasmir (2019:236), kepuasan pelanggan mengacu pada evaluasi pelanggan terhadap efektivitas suatu barang dan jasa, yang kemudian dibandingkan dengan harapan mereka sebelum menggunakannya. Kualitas pelayanan mengacu pada bagaimana konsumen mengevaluasi layanan yang mereka terima (*perceived service*) dibandingkan dengan harapan mereka (*expected service*). Pemberian pelayanan prima memberikan pengaruh yang menguntungkan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta kecenderungan untuk melakukan pembelian berulang, yang pada akhirnya berujung pada peningkatan pendapatan dari penjualan produk. Perusahaan harus mempunyai kemampuan memenuhi tuntutan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang unggul agar tetap kompetitif, mempertahankan eksistensi, dan maju.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan komponen lain yang berpengaruh dalam kepuasan pelanggan. Penetapan harga memainkan peran penting dalam penjualan, penting untuk menetapkan harga yang selaras dengan situasi keuangan konsumen, sehingga memungkinkan mereka melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2019:115), harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang tidak hanya mempengaruhi profitabilitas tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan proposisi nilai suatu produk. Harga mengacu pada nilai moneter atau non-moneter yang diberikan sebagai imbalan atas kepemilikan atau hak penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2019) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Gitosudarmo (2019) harga ialah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa. Harga merupakan salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan dan pendapatan Perusahaan.

PT. Synergy First Logistics merupakan salah satu dari banyak perusahaan di Indonesia yang menyediakan jasa pengiriman. *First Logistics* memiliki basis pelanggan yang besar baik di sektor bisnis-ke-bisnis (*B2B*) dan bisnis-ke-konsumen (*B2C*), serta diperhitungkan oleh para pesaingnya. *First Logistics* menawarkan berbagai jenis layanan pengiriman, yang mencakup pengiriman barang, dokumen, serta kendaraan bermotor. Layanan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam dari pelanggan, baik individu maupun perusahaan. Penulis melakukan penelitian pada sekelompok klien

First Logistics tertentu, dengan fokus pada mereka yang menggunakan tiga rute pengiriman terbanyak yaitu, Jakarta – Bandar Lampung, Jakarta – Bandung, dan Jakarta – Surabaya.

Berdasarkan temuan penelitian yang penulis peroleh dari tahun 2023, peneliti menduga banyak pelanggan yang mengalami ketidakpuasan terhadap layanan. Ketidakpuasan ini bersumber dari kualitas layanan yang kurang optimal dan harga pengiriman yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor.

Tabel 1

Data Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pelanggan First Logistics di Kantor Pusat Bintaro Tangerang Selatan

No.	Kriteria	Ya	Tidak	Keterangan
1	Lokasi yang strategis	✓		Sudah Diterapkan
2	Karyawan menerapkan 3S (salam, senyum, sapa) kepada pelanggan	✓		Sudah Diterapkan
3	Ruang tunggu pelanggan yang bersih dan nyaman	✓		Sudah Diterapkan
4	Penerangan ruangan yang baik	✓		Sudah Diterapkan
5	Sirkulasi udara ruangan yang baik	✓		Sudah Diterapkan
6	Tempat parkir kendaraan pelanggan yang aman	✓		Sudah Diterapkan
7	Toilet pelanggan yang bersih dan nyaman		✓	Belum Diterapkan
8	Ketersediaan WI-FI		✓	Belum Diterapkan

Sumber: *First Logistics Head Office*, 2024.

Berdasarkan data pada tabel 1, lokasi kantor berada di tempat yang strategis & mudah diakses oleh pelanggan, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan untuk datang ke kantor. Karyawan sudah dilatih dan menerapkan sikap yang ramah dalam melayani pelanggan, menciptakan suasana yang bersahabat dan profesional. Ruang tunggu untuk pelanggan dijaga kebersihannya dan didesain dengan kenyamanan yang baik, sehingga pelanggan merasa nyaman saat menunggu. Penerangan dalam ruangan sudah diatur dengan baik, memberikan pencahayaan yang cukup dan nyaman bagi pelanggan. Sirkulasi udara dalam ruangan terjaga dengan baik. Tersedia tempat parkir yang aman untuk kendaraan pelanggan, memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan yang membawa kendaraan pribadi.

Namun, ada dua indikator yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan, yaitu kebersihan toilet pelanggan dan ketersediaan Wi-Fi bagi pelanggan. Dengan memperbaiki dua indikator ini, kantor dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan bagi pelanggan secara keseluruhan.

Berikut adalah tabel data keterlambatan pengiriman pengiriman ekspedisi *First Logistics* untuk rute pengiriman Jakarta - Bandar Lampung, Jakarta – Bandung , dan Jakarta – Surabaya pada Tahun 2023.

Tabel 2

Data Keterlambatan Kiriman Pelanggan First Logistics untuk destinasi Jakarta– Bandar Lampung, Jakarta – Bandung , dan Jakarta – Surabaya pada Tahun 2023

Bulan	Jumlah Keterlambatan Pengiriman (No. Resi)	Jumlah Pengiriman Tepat Waktu (No. Resi)	Total Kiriman Pelanggan (No. Resi)	Persentase Keterlambatan Pengiriman (%)	Persentase Pengiriman Tepat Waktu (%)
Januari	124	344	468	26,50%	73,50%
Februari	65	392	457	14,22%	85,78%
Maret	79	427	506	15,61%	84,39%
April	71	463	534	13,30%	86,70%
Mei	232	391	623	37,24%	62,76%
Juni	71	405	476	14,92%	85,08%
Juli	169	467	636	26,57%	73,43%
Agustus	94	479	573	16,40%	83,60%
September	56	395	451	12,42%	87,58%
Oktober	61	374	435	14,02%	85,98%
November	113	509	622	18,17%	81,83%
Desember	90	371	461	19,52%	80,48%

Bulan	Jumlah Keterlambatan Pengiriman (No. Resi)	Jumlah Pengiriman Tepat Waktu (No. Resi)	Total Kiriman Pelanggan (No. Resi)	Persentase Keterlambatan Pengiriman (%)	Persentase Pengiriman Tepat Waktu (%)
Total Pengiriman Pelanggan (2023)				6.242 Pelanggan	
Rata-Rata Keterlambatan Pengiriman (%)				19,07%	
Rata-Rata Pengiriman Tepat Waktu (%)				80,93%	
Target Perusahaan untuk Pengiriman Tepat Waktu (%)				98,00%	

Sumber: Data *Internal* Perusahaan 2023.

Berdasarkan data pada tabel 2, data keterlambatan pengiriman pelanggan *First Logistics* dari Jakarta ke destinasi Bandar Lampung, Bandung, dan Surabaya tahun 2023 terlihat rata-rata keterlambatan pengiriman masih tinggi yaitu sebesar 19,07%. Dari data yang tersebut dapat dilihat pada bulan Mei 2023 jumlah keterlambatan pengiriman yang paling tinggi yaitu 232 nomor resi yang mengalami keterlambatan dengan persentase keterlambatan sebesar 37,24%, selanjutnya bulan Juli 2023 dengan 169 nomor resi yang mengalami keterlambatan pengiriman dengan persentase keterlambatan sebesar 26,57%, serta di bulan Januari 2023 jumlah keterlambatan pengiriman sebanyak 124 nomor resi dengan persentase keterlambatan sebesar 25,50%.

Berdasarkan data keterlambatan pengiriman yang diperoleh, Jumlah keterlambatan tertinggi terjadi pada bulan Mei dan Juli 2023 disebabkan oleh *overload* nya pengiriman dan kekurangan *manpower* sehingga terjadi penumpukan di gudang yang mengakibatkan keterlambatan pengiriman.

Sementara itu, pada bulan Januari 2023, keterlambatan pengiriman disebabkan oleh kondisi cuaca yang tidak bersahabat, khususnya hujan deras yang berlangsung terus-menerus. Hujan deras ini menghambat sebagian besar proses pengantaran yang menggunakan armada motor, karena kendaraan tersebut tidak dapat beroperasi secara maksimal dalam kondisi cuaca ekstrem. Hal ini berujung pada penundaan dalam pengantaran barang kepada pelanggan.

Hal ini diduga berkontribusi signifikan terhadap penurunan tingkat kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa ekspedisi *First Logistics*. Target perusahaan dalam mencapai pengiriman tepat waktu pun belum terpenuhi, di mana target tahunan untuk pengiriman tepat waktu yang ditetapkan adalah sebesar 98%.

Meskipun perusahaan telah menetapkan standar tinggi untuk memastikan ketepatan waktu pengiriman, realisasinya menunjukkan bahwa target tersebut belum berhasil dicapai. Ketidaksesuaian antara target dan realisasi ini mengindikasikan adanya masalah dalam proses operasional yang perlu segera diidentifikasi dan diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Pelanggan yang mengalami keterlambatan pengiriman cenderung merasa kecewa dan hal ini berpotensi menurunkan loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Tabel 3

Data Keluhan Pelanggan untuk Kualitas Pelayanan First Logictics Tahun 2023 (Area Bandar Lampung, Bandung, dan Surabaya)

No	Jenis Keluhan	Tahun 2022			Tahun 2023		
		WhatsAp P	Instagram	Total Keluhan (Pelanggan)	WhatsAp P	Instagram	Total Keluhan (Pelanggan)
1	Keterlambatan pengiriman Paket diterima	103 Resi	4 Resi	107	143 Resi	15 Resi	158
2	dalam keadaan rusak	14 Resi	1 Resi	15	11 Resi	2 Resi	13
3	Pengiriman salah alamat	17 Resi	1 Resi	18	14 Resi	2 Resi	16
4	Nomor resi tidak dapat dilacak	12 Resi	4 Resi	16	8 Resi	1 Resi	9

No	Jenis Keluhan	Tahun 2022			Tahun 2023		
		WhatsAp P	Instagram	Total Keluhan (Pelanggan)	WhatsAp P	Instagram	Total Keluhan (Pelanggan)
5	Barang kiriman yang hilang	3 Resi	1 Resi	4	3 Resi	3 Resi	6
6	Kecepatan dalam memberikan informasi ke pelanggan	6 Resi	10 Resi	16	5 Resi	8 Resi	13
7	Sikap pegawai yang kurang baik	4 Resi	3 Resi	7	5 Resi	9 Resi	14
Jumlah Keluhan		183 Pelanggan			229 Pelanggan		

Sumber : Data Internal Perusahaan 2022-2023.

Dari tabel 3 berdasarkan data keluhan pelanggan melalui media sosial di PT. Synergy First Logistics didapatkan total ada 183 pelanggan yang melayangkan komplain di tahun 2022, mulai dari komplain keterlambatan pengiriman sejumlah 107 nomor resi, paket diterima dalam keadaan rusak sejumlah 15 nomor resi, pengiriman salah alamat sebanyak 18 nomor resi, nomor resi pengiriman yang tidak dapat dilacak sebanyak 16 nomor resi, barang kiriman yang hilang sebanyak 4 nomor resi, kecepatan pegawai dalam memberikan informasi ke pelanggan sebanyak 16 nomor resi, dan juga sikap pegawai yang kurang baik sebanyak 7 nomor resi.

Adanya peningkatan keluhan pelanggan di tahun 2023 berdasarkan data yang diperoleh total ada 229 pelanggan yang melayangkan komplain di tahun 2023, komplain keterlambatan pengiriman sejumlah 158 nomor resi, paket diterima dalam keadaan rusak sejumlah 13 nomor resi, pengiriman salah alamat sebanyak 16 nomor resi, nomor resi pengiriman yang tidak dapat dilacak sebanyak 9 nomor resi, barang kiriman yang hilang sebanyak 6 nomor resi, kecepatan pegawai dalam memberikan informasi ke pelanggan sebanyak 13 nomor resi, dan juga sikap pegawai yang kurang baik sebanyak 4 nomor resi.

Jumlah keluhan pelanggan paling banyak didapatkan pada keterlambatan pengiriman. Dimana pada tahun 2022 sebanyak 107 pelanggan dan meningkat pada tahun 2024. Keterlambatan pengiriman ini disebabkan oleh meningkatnya volume pengiriman, namun tidak dibarengi dengan *manpower* yang mencukupi untuk proses kiriman tersebut.

Pelanggan yang menyampaikan keluhan ke whatsapp dan Instagram *first logistics* akan ditindak lanjuti maksimal 3x24 Jam sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) perusahaan, banyak pelanggan yang menyampaikan keluhan melalui whatsapp karena nomor *whatsapp customer service first logistics* tercantum di website pelacakan pengiriman. Dari data pada tabel 1.2 tersebut ditemukan adanya banyak keluhan yang disampaikan oleh pelanggan sehingga diduga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan.

Tabel 4
Data Perbandingan Harga First Logistics Vs Kompetitor Tahun 2024

No.	Rute	Harga Pengiriman			Service
		First Logistics	AnterAja	Tiki	
1	Jakarta – Bandung	Rp.16.000 /Kg	Rp.14.200/Kg	Rp.14.000/kg	Regular (2 Hari)
2	Jakarta – Bandar Lampung	Rp.24.000 /Kg	Rp.22.500/Kg	Rp.19.000/kg	Regular (3-4 Hari)
3	Jakarta - Surabaya	Rp.25.000 /Kg	Rp.23.000/Kg	Rp.19.000/kg	Regular (2-3 Hari)

Sumber : Data Perbandingan Harga *First Logistics* dan Kompetitor Tahun 2024.

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa Harga pengiriman First Logistics untuk rute Jakarta – Bandung adalah Rp.16.000 /Kg, yang lebih tinggi dibandingkan dengan AnterAja (Rp.14.200 /Kg) dan

Tiki (Rp.14.000 /Kg). Harga pengiriman First Logistics untuk rute Jakarta – Bandar Lampung adalah Rp.24.000 /Kg, yang lebih tinggi dibandingkan dengan AnterAja (Rp.22.400 /Kg) dan Tiki (Rp.19.000 /Kg). Harga pengiriman First Logistics untuk rute Jakarta - Surabaya adalah Rp.25.000 /Kg, yang lebih tinggi dibandingkan dengan AnterAja (Rp.23.000 /Kg) dan Tiki (Rp.19.000 /Kg). Sehingga untuk persaingan harga, *First Logistics* masih memiliki harga lebih mahal daripada kompetitornya.

Mengingat adanya dugaan penulis terhadap masalah kepuasan pelanggan pada perusahaan yang diakibatkan oleh kualitas pelayanan dan harga, dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di Kantor Pusat Bintaro Tangerang Selatan”

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Menurut Kotler & Keller (2019), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi (baik itu sumber daya manusia, keuangan, material, maupun informasi) untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2021), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Pemasaran

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2020), pemasaran jasa adalah sebuah Tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat non fisik dan tidak dapat menghasilkan suatu kepemilikan apapun.

Kualitas Pelayanan

Menurut Manengal (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Harga

Menurut Tjiptono (2019) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima)

Hipotesis

Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- Ho : $\rho_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.
- Ha : $\rho_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.
- Ho : $\rho_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.
- Ha : $\rho_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.
- Ho : $\rho_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dan harga pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.

Ha : $\rho_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Sumber : diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif. Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah pelanggan yang menggunakan jasa ekspedisi first logistics dengan rute pengiriman dari Jakarta ke 3 destinasi yaitu Bandar Lampung, Bandung, dan juga Surabaya dengan jumlah populasi sebanyak 6.242 pelanggan yang diambil dari data pengiriman selama tahun 2023, diperoleh ukuran sampel (n) dalam penelitian ini sebanyak 98 pelanggan first logistics yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

Definisi Operasional

Tabel 5
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	1. Keandalan (Reliability)	1, 2	Likert.
		2. Daya Tanggap (Responsiveness)	3, 4	
		3. Jaminan (Assurance)	5, 6	
		4. Empati (Empathy)	7, 8	
		5. Bukti Nyata (Tangibles)	9, 10	
2	Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga	1, 2	Likert.
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas	3, 4	
		3. Daya saing Harga	5, 6	
		4. Potongan Harga	7, 8	
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian harapan	1, 2	Likert.
		2. Minat berkunjung kembali	3, 4, 5	
		3. Kesiediaan merekomendasikan	6, 7, 8, 9	

Sumber : Data diolah penulis, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6,171	2,542		,017
	Kualitas_Pelayanan	,261	,075	,282	,001
	Harga	,497	,074	,548	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Persamaan regresi $Y = 6,171 + 0,261X_1 + 0,497X_2$ dapat diperoleh dari perhitungan regresi yang disajikan pada tabel. Persamaan di atas menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai tetap sebesar 6,171 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) tidak diperhitungkan maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) akan dibatasi sebesar 6,171 poin.
- Nilai Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,261 menunjukkan bahwa dengan nilai konstan dan tidak ada perubahan pada variabel Harga (X2), maka perubahan 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) akan menyebabkan perubahan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,261 poin.
- Nilai Harga (X2) sebesar 0,497 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1) tetap dan terjadi perubahan satu satuan pada variabel Harga (X2), maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami perubahan sebesar 0,497 poin.

Uji T

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	11,439	2,925		,000
	Kualitas Pelayanan	,521	,078	,563	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan di PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($6,669 > 1,985$). Hal ini juga didukung oleh nilai p yang signifikan secara statistik pada tingkat 0,05 ($p < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, menunjukkan adanya hubungan yang cukup besar antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	11,880	2,045		,000
	Harga	,628	,067	,692	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Nilai t pada tabel lebih besar dari 1,985 yaitu 9,397. Hal ini juga didukung oleh nilai p yang signifikan secara statistik pada tingkat 0,05 ($p < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan

hipotesis alternatif (Ha2) diterima, menunjukkan adanya hubungan yang cukup besar antara harga dengan kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro.

Uji F

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1830,269	2	915,134	55,247	,000 ^b
	Residual	1573,619	95	16,564		
	Total	3403,888	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai F hitung sebesar 55,247 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09. Hal ini juga didukung oleh nilai p yang signifikan secara statistik pada tingkat 0,05 ($p < 0,05$). Oleh karena itu hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a3) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang cukup besar antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary					Std. Error of the
Model	R	R Square	Adjusted R Square		Estimate
1	,733 ^a	,538	,528		4,070

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Nilai koefisien determinasi pada tabel diatas adalah sebesar 0,538. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 53,8%, sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang didapati oleh peneliti dalam melakukan penelitian pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan Pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro kemudian dirangkum menjadi beberapa poin, berikut hasil kesimpulan yang didapati oleh peneliti:

1. Analisis pembahasan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap kebahagiaan pelanggan yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 11,439 + 0,521$. Dampak atau signifikansi determinasi atau pengaruh sebesar 0,317 atau 31,7% dan sisanya sebesar 68,3% disebabkan oleh faktor lain. Pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari nilai t kritis dari t tabel ($6,669 > 1,985$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a1) diterima, menunjukkan adanya hubungan yang cukup besar antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.
2. Dari pembahasan diketahui bahwa variabel Harga mempunyai nilai persamaan regresi $Y = 11,880 + 0,628$ untuk Kepuasan Pelanggan. Sumbangan determinatif atau berpengaruh mempunyai nilai sebesar 0,479 atau 47,9%, dan sisanya sebesar 52,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Pengujian hipotesis menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($9,397 > 1,985$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a2) diterima, menunjukkan adanya hubungan yang cukup besar antara harga dengan kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.
3. Berdasarkan temuan penelitian, terbukti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) mempunyai pengaruh gabungan yang cukup besar terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung

dengan persamaan regresi $Y = 6,171 + 0,261 X_1 + 0,497 X_2$. Koefisien korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0,733 menunjukkan adanya hubungan yang kuat. Koefisien determinasi atau disebut juga kontribusi pengaruh simultan menyumbang 53,8% dari total pengaruh, dan sisanya sebesar 46,2% disebabkan oleh faktor lain. Pengujian hipotesis menghasilkan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu 55,247 lebih besar dari 3,09. Oleh karena itu hipotesis nol H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a3 diterima. Terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan harga dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Synergy First Logistics di kantor pusat Bintaro Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Fandy, T. (2022). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, T., & Gregorius, C. (2020). *Marketing Research*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hidayat, A. (2022). *Pemasaran Berbasis Data: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kartajaya, H., & Sula, M. (2020). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi 14)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran (Edisi 16)*. Jakarta: Erlangga.
- Kristianto. (2019). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2020). *Marketing Strategy in Digital Era*. Jakarta: Gramedia.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhadi, D. (2022). *Manajemen Layanan Pelanggan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Prasetyo, B., & Prabowo, A. (2021). *Analisis Pemasaran Modern*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Prasetyo, D. (2022). *Pemasaran Jasa: Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Ramdhani, A., & Azzahra, N. (2021). *Manajemen Pemasaran Layanan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Satriadi, W., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sugiarto, E. (2020). *Manajemen Operasi: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar manajemen pemasaran (Konsep, strategi, dan kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2020). *Customer Satisfaction and Service Quality in Business*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2020). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, S. (2021). *Manajemen Pemasaran Digital*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wardani, & Triyono, A. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Widodo, A. (2021). *Pemasaran Global di Era Digital*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wiratno, S. (2022). *Strategi Pemasaran di Era Disrupsi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fauzi, R. D., & Pitriyani, P. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Sicepat Ekspres Jagakarsa di Jakarta Selatan. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya*, 1(2), 132-135.
- Hardiyanto, S. M. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia DAOP VIII jurusan Surabaya-Malang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Haryantini, H. (2019). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 45.
- Haryoko, U. B., Septiani, F., & Risnalinda, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Coffee Plaza Kampung Kemang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 40.
- Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Jet Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).
- Marbun, E. W. F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Sicepat Ekspres Indonesia (Studi kasus pelanggan ekspedisi Sicepat di Kota Surabaya). *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(02).
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus perusahaan jasa ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352-366.
- Sudigdo, A., & Taufik, T. (2021). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan Garuda Express Delivery (GED) terhadap kepuasan pelanggan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 137-146.
- Tannady, H., et al. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3910-3921.