

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung**

**Kiki Andriyana\*, Ramadani Kurnia Dewi, Rita Zulbetti**

Politeknik Piksi Ganesha Bandung

Jl. Jend. Gatot Subroto No. 301, Bandung 40274

\*Correspondence Email: [Kikiandriyana21@gmail.com](mailto:Kikiandriyana21@gmail.com)

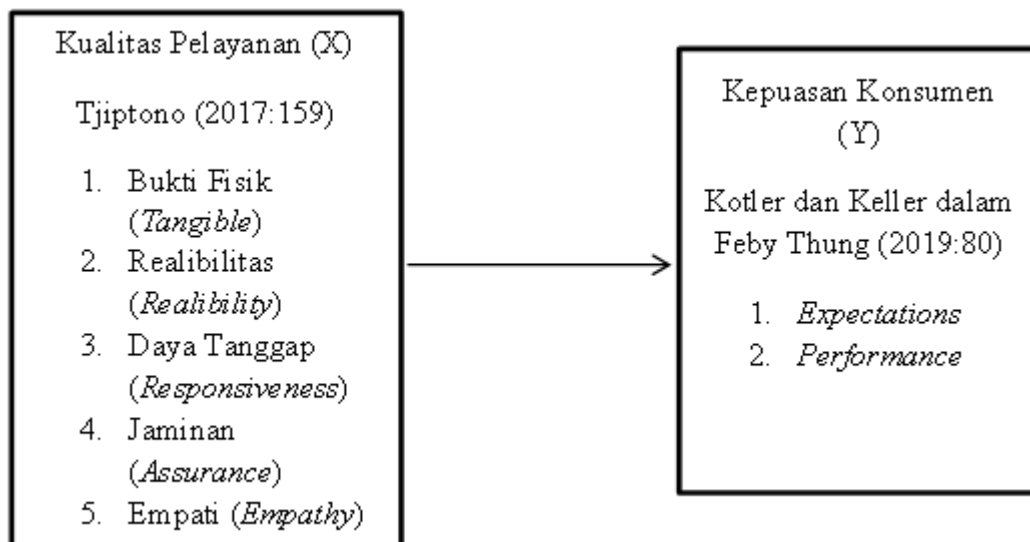
**Abstract.** *The purpose of this study was to determine the magnitude of the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Kawalayaan Branch Bandung. The method used is quantitative method. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 28,587 visitors with a set sample of 100 respondents with reference to the calculation of the Slovin formula. This data was then processed using SPSS V 25. The data analysis technique used was simple linear regression and also correlation. The results showed that there was a strong relationship between the services provided and customer satisfaction. This is shown by statistical tests (validity test, correlation coefficient test, coefficient of determination test and hypothesis testing). The t-test shows that there is an influence between service quality and customer satisfaction with a t-value of 16,377 evidence strengthened by the calculation of the coefficient of determination of 67%.*

**Keywords :** *Satisfaction, Quality, Service, Consumer*

### **Pendahuluan**

Bisnis pada bidang jasa pada tahun ketahun mengali peningkatan yang pesat dibanding dengan tahun sebelumnya, hal itu dapat dilihat dari meningkatnya kebutuhan konsumen pada bidang jasa, salah satunya yaitu pengiriman barang. Jasa pengiriman barang merupakan bagian dari kebutuhan konsumen dimana dalam pengiriman barang konsumen cenderung menginginkan sesuatu yang cepat, aman, mudah dan praktis. Adanya kemajuan inovasi teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba cepat, kemudahan yang tinggi, akses luas, dan kemudahan konsumsi atau belanja melalui jaringan bisnis seperti toko online atau *e-commerce* cenderung meningkat membuktikan tingginya kebutuhan masyarakat akan hal pengiriman barang. Adanya penyedia jasa pengiriman barang yang dapat menunjang para pelaku bisnis dalam hal pengiriman barang kepada konsumen diberbagai daerah. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang serta logistik di Indonesia menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang diperlukan serta diharapkan oleh konsumen, sehingga dapat menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya.

**Gambar 1**  
**Data Kunjungan Pengunjung Berdasarkan Resi**



PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir diketahui mempunyai konsumen royal, teruji pada tahun 2016 menerima *Service Quality Awards* dan *Top Brand Award* kategori jasa kurir oleh majalah marketing. Dengan kualitas yang

disediakan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir tentunya akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen jasa tersebut sehingga dapat mencangkup pasar yang luas dan meningkatkan keuntungan pelaku bisnis.

Berdasarkan data yang didapat dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung, pada awal tahun 2021 dari bulan Januari ke Februari mengali menurunan pengunjung berdasarkan resi yaitu 1.179 pengunjung, pada bulan Maret mengalami kenaikan 10.519 pengunjung berdasarkan resi yang masuk ke *dropoff* atau store JNE Cabang Kawalayaan Bandung. Hal itu menunjukan perkembangan pesat dari bulan sebelumnya. Akan hal itu penulis memperkirakan adanya perkembangan atau perbaikan sistem kualitas pelayanan dilakukan oleh pihak JNE Cabang Kawalayaan Bandung. Kualitas pelayanan yang berkualitas dan konsisten dapat mempengaruhi tingkat keyakinan konsumen terhadap perusahaan, dengan pelayanan tersebut konsumen akan merasa puas dan dihargai keberadaannya, hal ini akan membuat konsumen menggunakan jasa pelayanan secara terus menerus. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono dalam Suparno Saputra (2019:22) “segala bentuk upaya dengan tingkat standar yang sudah ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar harapan konsumen tersebut tercapai”. Kualitas pelayanan sendiri ialah elemen penting dari usaha bidang jasa yang nantinya akan mempengaruhi baik ataupun buruknya pelayanan sehingga kepuasan konsumen akan terjamin. Kualitas Pelayanan merupakan hal yang terpenting dari bidang jasa baik buruknya pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan konsumen akan terdorong menjalin hubungan dengan perusahaan, ikatan seperti ini yang dapat membuat perusahaan memahami harapan pelanggan sehingga perusahaan mampu meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan ikatan yang terjalin baik dengan konsumen sebelumnya dan akan meminimalisir terjadinya hal yang kurang baik dengan konsumen. (Prihandoyo, 2019)

Menurut Tjiptono (2017:159), “Terdapat 5 indikator pokok kualitas pelayanan diantaranya *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reability* (Reabilitas), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empaty* (Empati)”. “Perusahaan akan mengalami kesulitan jika tidak sungguh-sungguh memahami apa yang diharapkan oleh konsumen, karena itu merupakan kepuasan konsumen terhadap suatu kualitas layanan” (Lubis & Andayani, 2018). Kepuasan konsumen menurut Tjiptono dalam Arianto & Kurniawan (2021:256) “sebagai ukuran sejauh apa suatu produk atau jasa dapat memenuhi harapan atau persepsi konsumen tersebut”. Konsumen akan merasa tidak puas jika produk jasa yang diberikan tidak sesuai harapan begitu sebaliknya konsumen akan puas jika produk jasa sesuai harapan, dapat disimpulkan kepuasan konsumen harus diperhatikan dalam perusahaan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat bagi perusahaan salah satunya membuat hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi erat. Menurut Kotler dan Keller (2011) dalam Feby Thung (2019:80) “Pokok dari kepuasan konsumen mempertahankan konsumen. *Expectations*, *Performance* salah satunya.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Skala pengukuran dengan skala *likert*. Objek penelitian ini adalah konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner menggunakan *Google Form* kepada 100 responden. Dengan kualitas pelayanan sebagai variabel X dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y. Dalam kerangka pemikiran diatas dapat dilihat terdapat hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dimana kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan perlu memberikan pelayanan yang berkualitas agar konsumen dapat merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

### 1. Operasional Variabel

Berdasarkan judul yang diambil oleh peneliti dapat diidentifikasi bahwa terdapat 2 variabel yang digunakan, diantaranya: variabel bebas (*Independent*) yaitu Kualitas Pelayanan (X), dan variabel terikat (*Dependent*) yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

### 2. Populasi dan Sampel

Penentuan responden yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini didasarkan pada acuan *Non probability sampling* dimana responden yang digunakan adalah konsumen PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung pada bulan Maret 2021 yang berjumlah 28.587 orang. Karena jumlah populasi telah diketahui sehingga dalam penerapannya dihitung berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{28.587}{1 + (28.587 \times 0,1^2)} \quad n = 99,6$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,6 yang dibulatkan menjadi 100 orang yang berkunjung pada bulan Maret tahun 2021 di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung.

## Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. Uji Validitas, menurut Sugiyono (2017:509), suatu ukuran yang sudah ditetapkan untuk mengukur data yang sesungguhnya pada objek dengan data hasil laporan peneliti”. Data dikatakan valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data laporan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kuesioner dapat dikatakan *valid* jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diuji. Cara mencari validitas sebuah item dengan mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Syarat minimum agar dikatakan *valid* koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,5, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,5 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*.
2. Uji Koefisien Korelasi PPM (*Pearson Product Moment*). Perhitungan dengan menggunakan korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang akan diteliti. Hubungan yang dimaksud merupakan hubungan yang positif atau hubungan yang negatif. Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai (r) tidak berharga (-1 < 1 < + 1). Apabila nilai r = -1 korelasi negatif sempurna, nilai r=0 tidak ada korelasi dan jika r=1 korelasi kuat. Arti dari (r) akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai (r) sebagai berikut :

**Tabel 1.**  
**Skala Interval Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0.199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,699	Kuat
0,70 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:214)

3. Uji Koefisien Determinasi, Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi atau adjusted R2 antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi atau adjusted R2 yang mendekati satu, yang artinya menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas (X) yang besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi atau adjusted R2 semakin kecil atau mendekati nol, maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel (Y) (Ferdinand, (2014:241).
4. Uji Hipotesis (Uji t). Menurut Sugiyono (2013:250), Uji t adalah: “Uji t (t-test) yaitu pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Syarat Uji T adalah sebagai berikut:

1.  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka:  $H_a : \beta \neq 0$  (terdapat pengaruh yang signifikan).
2.  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka:  $H_o : \beta = 0$  (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).

## Hasil

**Tabel 2**  
**Validitas Variabel X**

Kode. Pernyataan	R . Tabel	R . Hitung	Hasil
X – 1 . 1	0,195	0,533	Valid
X – 1 . 2		0,586	
X – 1 . 3		0,630	
X – 1 . 4		0,537	
X – 1 . 5		0,612	
X – 1 . 6		0,652	
X – 1 . 7		0,637	
X – 1 . 8		0,668	
X – 1 . 9		0,666	
X – 1 . 10		0,716	
X – 1 . 11		0,676	
X – 1 . 12		0,720	
X – 1 . 13		0,761	
X – 1 . 14		0,750	
X – 1 . 15		0,731	

X - 1 . 16	0,650
X - 1 . 17	0,716
X - 1 . 18	0,734

Sumber : Data diolah

Sesuai dengan ketentuan yang sudah dijelaskan di bagian METODE mengenai syarat suatu variabel dikatakan valid yaitu dengan minimum = 0,5 atau nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan valid. Jadi jika dibandingkan pada **tabel diatas** dengan ketentuan tersebut maka Variabel X (Kualitas Pelayanan) kode pernyataan X1.1-X1.18 dikatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner. Untuk hasil fisik output validitas variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan menggunakan SPSS V.25.

**Tabel 3.**  
**Validitas Variabel Y**

Kode Pernyataan	R Tabel	R Hitung	Hasil
Y1.1	0,195	0,791	Valid
Y1.2	0,195	0,824	Valid
Y1.3	0,195	0,809	Valid
Y1.4	0,195	0,802	Valid
Y1.5	0,195	0,728	Valid

Sumber : Data diolah

Tabel 3 merupakan hasil uji validitas menggunakan SPSS V.25 untuk variabel Y ( Kepuasan Konsumen ). Sesuai dengan ketentuan yang sudah dijelaskan di bagian METODE mengenai syarat suatu variabel dikatakan valid yaitu minimum = 0,5 atau nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan valid. Jadi dibandingkan pada **tabel diatas** dengan ketentuan tersebut maka variabel Y (Kepuasan Konsumen) kode pernyataan Y1.1-Y1.5 dikatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner. Untuk hasil fisik output validitas variabel Y (Kepuasan Nasabah) dengan menggunakan SPSS V.25.

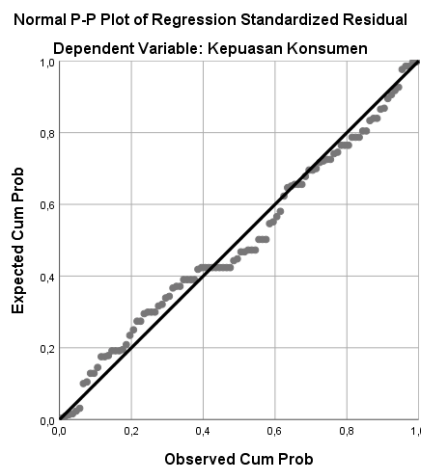
**Tabel 3.**  
**Cronbach Alpha**

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,924	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,850	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah

Nilai masing-masing variabel menunjukkan angka lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha*, sehingga dapat disimpulkan bawah uji reliabilitas pada tabel diatas adalah reliabel.

**Gambar 2**  
**Uji Normalitas**



Sumber : Data diolah

Gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar disekitar garis diagonal dan titik mengikuti garis diagonal. Data dikatakan normal.

**Tabel 4**  
**Koefesien**

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	,859	1,316		,652	,516
Kualitas Pelayanan	,271	,017	,856	16,377	,000

Sumber: Data diolah

Tabel 4 diatas menunjukkan nilai *Constant* (a) 0,859, untuk kualitas layanan (b/Koefisien Regresi) 0,271, persamaannya ialah :

$$Y = a + bX \text{ atau } Y = 0,859 + 0,271X$$

Persamaan diatas bisa dijelaskan :

1. Konstanta dengan jumlah 0,859, mengartikan nilai variabel Y ialah 0,859.
2. Nilai Regresi dari variabel X yaitu 0,271 menyatakan bahwa untuk peningkatan sebesar 1% nilai kualitas pelayanan, yang berarti kepuasan konsumen akan meningkat 0,271. Untuk nilai koefisien regresi adalah positif.

Pengambilan keputusan

1. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,000 disajikan pada tabel Coefficients diatas, maka terlihat nilai <0,05 yang berarti variabel X memberikan pengaruh kepada variabel Y.
2. Nilai T hitung == 16.377 > Tabel 1,987, maka dapat peneliti simpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

**Tabel 5**  
**Uji Koefisien Korelasi (Pearson Product Moment)**

	Korelasi	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,856
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,856	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

Sumber : Data diolah

**Pengambilan Keputusan dalam Uji Koefisien Korelasi (Pearson Product Moment)**

1. Nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, berarti variabel Kualitas Pelayanan berkorelasi dengan variabel Kepuasan Konsumen.
2. Nilai Pearson Correlations variabel X dan Y adalah sebesar 0,856. Maka tingkat hubungan variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Konsumen Sangat Kuat karena berada pada interval korelasi 0,80 – 0,1000.

**Tabel 6**  
**Uji Koefisien Determinasi**

	Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,856	,372	,730	1,37166

Sumber : Data diolah

Nilai korelasi/hubungan (R) sebesar 0,856. Diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,732, yang berarti pengaruh variable Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Konsumen adalah sebesar 67%.

**Tabel 7**  
**Uji Hipotesis Uji t**

Model	Unstandardized coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	,859	1,316		,652	,516
Kualitas Pelayanan	,271	,017	,856	16,377	,000

Sumber : Data diolah

Tabel 7 diatas, nilai signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  tersebut sebesar  $16,377 > t_{tabel}$  1,987, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pada  $H_0$  sedangkan  $H_1$  terdapat pengaruh X terhadap Y yang signifikan.

1.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung
2.  $H_1$ : Ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil dari data yang dapat diperoleh dari pembahasan dan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung dapat diketahui besaran pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat dibuktikan dengan perhitungan  $R^2$  sebesar 0.856 atau 85,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Kawalayaan Bandung mampu dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan yang diberikan mencapai 85,6%, sedangkan sisanya sebesar 14,4% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti dilakukan dalam penelitian. Sedangkan hasil analisis uji t data diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $16,377 > t_{tabel}$  sebesar 1,987, sehingga uji hipotesis pada variabel x kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dan diperoleh informasi nilai korelasi ( $r$ ) antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,856, sehingga terdapat hubungan yang positif dan kuat antara kedua variabel tersebut.

### **Daftar Pustaka**

- Arianto, N., & Kurniawan, ; Fiki. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 04(2), 2021.  
<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Feby Thung. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1), 74–95.  
<https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/56>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (5th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.  
<https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Suparno Saputra, R. Y. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(2), 21–31.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima (III)*. Andi Offset.