

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR – FAKTOR KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Kasus PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Samarinda)

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS SERVICE QUALITY TO THE
CUSTOMER SATISFACTION***

(Case Study At PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Samarinda)

NASKAH PUBLIKASI



Disusun oleh:

ARIS YASA ANDIKA

17111024310579

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2018**

Analisis Pengaruh Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

(Studi Kasus PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Samarinda)

*Analysis Of The Influence Of Factors Service Quality To The Customer Satisfaction
(Case Study At PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Samarinda)*

Aris Yasa Andika¹ Istimaroh²

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun oleh:

ARIS YASA ANDIKA
17111024310579

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

Karya Tulis Ilmiah

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR – FAKTOR KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Samarinda)**

Disusun Oleh:
ARIS YASA ANDIKA
17111024310579

Telah Dipertahankan di Depan Dewan penguji padatanggal
24 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Susunan Dewan Penguji:

1. Istimaroh, S.E , M.M
NIDN : 1126057301

(.....)

2. Vera anitra, S.E , M.M
NIDN : 1104089001

(.....)

Samarinda, 24 Juli 2018

Fakulats Sosial Humaniora Universitas
Muhammadiyah Kalimantan Timur
Dekan

(Prof. Dr. M. Wahyudin S.E., M.Se., Ak)
NIDN. 0604075802

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FACTORS SERVICE QUALITY TO THE CUSTOMER SATISFACTION

(Case Study At PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Samarinda)

ANALISIS PENGARUH FAKTOR – FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Samarinda)

ARIS YASA ANDIKA
17111024310579

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
SAMARINDA, KALIMANTAN TIMUR, INDONESIA**

aandika@grahatoyota.co.id / yasha_dika@yahoo.com

0852-5235-1000

Abstract

This study aims to determine whether service quality factors influence customer satisfaction in JNE. In this study the quality of service includes direct evidence, responsiveness, assurance, reliability and empathy. This study will look at the factors influencing service quality to customer satisfaction with technique. quantitative, data collection with questionnaires, interviews and observations made in May 2018 to July 2018. The sampling technique used was linear regression, all data were analyzed by percentage analysis, testing techniques using classical validity, reliability, and assumption tests. From the test results of the F test, it is known that the quality of service simultaneously has a positive effect on satisfaction of JNE customers, partially the reliability variable has a positive influence on the satisfaction of JNE customers, from the results of a variable T-test that has the most dominant reliability variable in service quality to customer satisfaction . Direct, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy together together contribute strongly or influence to Customer Satisfaction. It was concluded that the influence of service quality factors on customer satisfaction JNE Samarinda.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor-faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JNE. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan meliputi bukti langsung, daya tanggap, jaminan, keandalan dan empati. Penelitian ini akan melihat faktor-faktor pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandan teknik kuantitatif, pengumpulan data dengan kuisioner, wawancara dan observasi yang dilakukan pada bulan mei 2018 hingga juli 2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan regresi linier, semua data dianalisis dengan analisis presentase, teknik pengujian menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Dari hasil pengujian uji F diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE, secara *parcial* variable keandalan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan JNE, dari hasil uji T *kelimavariabel* yang berpengaruh tersebut variable keandalan yang paling dominan dalam berpengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara bersama-sama memberikan kontribusi yang kuat atau pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Disimpulkan bahwa pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE Samarinda.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Kepuasan pelanggan pada merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis, terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat dan pengaruh antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pelanggan kembali bertransaksi pembelian dan terciptanya loyalitas pelanggan, hal ini pelanggan juga akan membentuk rekomendasi ke pelanggan lain untuk datang ke perusahaan tersebut. Maka dari itu setiap perusahaan wajib dan melakukan pengembangan terus menerus sesuai kebutuhan pelanggan untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik untuk menciptakan laba yang meningkat bagi perusahaan.

Kotler dan Armstrong (2001:9) “Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kualitas pelayanan memenuhi harapan pelanggan, apabila kualitas pelayanan lebih rendah dari pada harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas atau amat bahagia”.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan sebuah perusahaan Expedisi, salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang transportasi, yang menawarkan jasa untuk melakukan pengiriman barang. Usaha ekspedisi di Indonesia saat ini tengah menunjukkan perkembangan, karena didukung oleh wilayah Indonesia yang terdiri banyak pulau maka menjadikan usaha ini memiliki peranan yang penting dalam kegiatan bisnis maupun keseharian maka dari itu hal ini sangatlah perlu menjadi perhatian bagi pihak manajemen untuk memberikan rasa puas bagi pelanggan dengan kinerja yang Efektif dan Efisien.

Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat dilihat dari tingkat kualitas pelayanan perusahaan, pelanggan akan merasa senang apabila kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Atas hal tersebut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam bekerja maka pihak manajemen perlu membuat langkah-langkah yang efektif dan efisien agar kualitas pelayanan dapat tercapai dengan baik apalagi bagus atau buruknya sebuah perusahaan dapat diukur dari kinerja kualitas layanan terhadap pelanggannya jika kualitas layanan baik maka akan meningkatkan produktifitasnya dan tujuan perusahaan akan terpenuhi, sebaliknya jika kualitas layanan rendah maka dapat berpengaruh terhadap produktifitasnya sehingga tujuan juga tidak dapat terlaksana dengan baik.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, Setiap perusahaan terutama perusahaan ekspedisi dituntut untuk mengoptimalkan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan tidak lepas dari faktor-faktor kualitas pelayanan yang diharapkan bisa diterapkan terhadap tercapainya tujuan perusahaan. Demi tercapainya tujuan perusahaan maka perusahaan memerlukan kualitas layanan yang baik terhadap pelanggan yang berhubungan dengan jasa pengiriman dapat dikemukakan pertimbangan pertimbangan pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan pengiriman antara lain:

1. Cepatnya pengiriman barang
2. Lokasi menyangkut kemudahan jangkauan
3. Pelayanan, menyangkut perlakuan yang diterima
4. Keselamatan atau keamanan akan barang.

JNE cabang Utama Samarinda telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas JNE Cabang Utama Samarinda. Dari tanggapan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangannya, sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasarannya sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan.

Untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan menurut Parasuraman (dikutip dalam Tjiptono, 2004:26) dapat digunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Guarantee* (Jaminan), *Empathy* (Empati/Turut Merasakan). Pengukuran ini dikenal sebagai *service quality model* pelayanan yang menekankan pada aspek kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan maka peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul Analisis Pengaruh Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.

Rumusan Masalah

Atas dasar pengamatan latar belakang penulis mengungkapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel Bukti Langsung berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?
2. Apakah variabel Keandalan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?
3. Apakah variabel Daya Tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?
4. Apakah variabel Jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?
5. Apakah variabel Empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?
6. Apakah ke lima variabel yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?
7. Diantara ke lima variabel yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati manakah yang paling berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda ?

Tujuan Penelitian

Atas dasar pengamatan latar belakang penulis mengungkapkan yaitu tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Bertujuan untuk mengetahui apakah Bukti Langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
2. Bertujuan untuk mengetahui apakah Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
3. Bertujuan untuk mengetahui apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
4. Bertujuan untuk mengetahui apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
5. Bertujuan untuk mengetahui apakah Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
6. Bertujuan untuk mengetahui apakah kelima variabel (Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
7. Bertujuan untuk mengetahui diantara ke lima variabel (bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati) berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.

Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian diatas, manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang akan dilakukan penulis, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi peneliti.
Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang telah di dapat di perkuliahan, khususnya berkaitan dengan kualitas dan pelayanan terhadap pelanggan.
2. Bagi Perusahaan JNE cabang utama Samarinda.
Sebagai masukan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Samarinda untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan yang lebih baik.
3. Dan bagi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Samarinda.
Semoga menjadikan referensi atau hasanah ilmu pengetahuan, dikhususkan bagi mahasiswa dan para pembaca.

Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pikir mengenai penelitian ini.

Penelitian oleh Hardiyati (2012) “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Expedisi (JNE) Malang. Hasil penelitian berdasarkan analisis dan statistik, indikator pada penelitian ini bersifat valid dan *variable* nya bersifat *reliable*”.

Penelitian yang dilakukan saudara Lili Yuliati (2013) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung, Dari hasil penelitian kualitas pelayanan yakni variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Herlistyani (2012) bahwa dalam proses pelayanan terdapat upaya saling memberi dan menerima suatu informasi. Apabila telah terjadi timbal balik dan memberikan manfaat yang positif maka akan menimbulkan suatu kepercayaan. Jika pelanggan percaya, berarti dia merasa puas dan harapan telah terpenuhi. Sehingga secara otomatis akan muncul loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Pendapat menurut Parasuraman dan Indrawati (dikutip dalam Tjiptono, 2011:26) dapat digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Guarantee* (Jaminan), *Empathy* (Empati atau Turut Merasakan).

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat respon tanggapan pelanggan tentang keperluan kebutuhan yang telah terpenuhi dan sekaligus penilaian bagus tidaknya suatu produk tersebut yang mana akan juga berpengaruh terhadap perusahaan yang menjadi penyedia pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.

Dan disimpulkan bahwa faktor-faktor kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan atau jasa karyawan perusahaan JNE
2. Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan JNE
3. Harga yang ditetapkan perusahaan JNE
4. Faktor situasi atau tata letak perusahaan JNE

Hipotesis

1. Diduga variabel Bukti Langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
2. Diduga variabel Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
3. Diduga variabel Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
4. Diduga variabel Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
5. Diduga variabel Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.
6. Diduga semua variabel Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Tempat Penelitian : Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Utama, Jalan A.W.Syahrani, Samarinda Ulu, Kalimantan Timur

Waktu Penelitian : Pada 04 Mei 2018 sampai dengan 08 Juli 2018.

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan dianalisa dengan metode statistika dengan IBM SPSS 24, dengan menggunakan jenis penelitian ini diharapkan peneliti mampu menggambarkan dampak kualitas pelayanan yang dilakukan oleh manajemen JNE terhadap rasa puas yang dirasakan pelanggan.

Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2010:100) Populasi adalah suatu objek atau subjek yang mempunyai kualitas tertentu untuk dapat ditetapkan peneliti supaya dapat dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Sedangkan Sampel yaitu bagian dari jumlah yang ada dalam struktur oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah pelanggan yang datang di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama Samarinda pada tanggal 4 juni 2018 hingga 9 juni 2018 yaitu sebanyak 133 pelanggan. Dalam survey ini tidak meneliti semua individu karena butuh waktu yang lama.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang dapat diteliti, maka pengambilan sampelnya haruslah tepat. Menurut Arikunto (2010:109) menyatakan sampel adalah sebagian karakteristik populasi yang dapat diteliti. Teknik yang diambil adalah teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Dapat dikatakan *simple* (sederhana) yaitu dengan pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak, tanpa memperhatikan rata-rata yang ada dalam populasi itu. Adapun untuk menentukan jumlah sampel (n) yang digunakan adalah mengacu pada pendekatan Slovin, dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1} = \frac{133}{133 (5\%)^2 + 1} = 100$$

Dimana:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolehir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah sebesar 5%).

Berdasarkan perhitungan diatas jumlah sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 100 orang.

Variable Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Sugiyono (2009:30) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Kepuasan pelanggan menjelaskan tingkat penilaian pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya. Indikator dari kepuasan pelanggan meliputi harapan pelanggan terhadap kinerja perusahaan dan kepuasan yang dirasakan setelah menerima kinerja perusahaan. Sugiyono (2009:33) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Y) variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, yang meliputi:

a. *Tangibles* (Bukti Fisik).

Adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya.

b. *Reliability* (Keandalan).

Kemampuan perusahaan dalam menjaga kepercayaan pelanggan atas kinerja yang cepat, tepat, akurat dan dapat dipercaya.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap).

Merupakan kemauan untuk membantu sekaligus memberikan pelayanan pelanggan yang cepat dan tepatsupaya pelanggan dapat segera mengerti.

d. *Guarantee* (Jaminan).

Merupakan pengetahuan, kesopanan, serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbetas dari resiko seperti keamanan.

e. *Empathy* (Empati/Turut Merasakan).

Yaitu perhatian karyawan atau pelaku pelayanan dalam sebuah perusahaan agar dapat memahami keinginan pelanggan.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Definisi Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi data penelitian. Adapun definisi operasional yang mana setiap variabel mempunyai masing-masing lima indikator penelitian yang dilakukan menggunakan skala Likert 1-5 untuk menunjukkan pendapat responden sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Sesuai rumusan masalah yang diangkat yang sifatnya Deskriptif pada penelitian ini, maka untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan JNE terhadap kepuasan pelanggannya. Dengan menggunakan analisis rentang skala dengan menggunakan teknik interval, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{Max - min}{K}$$

Dimana:

I : Interval

Max : Nilai jawaban tertinggi

Min : Nilai jawaban terendah

K : Jumlah kategori jawaban

Dengan demikian dilakukan perhitungan interval sebagai berikut untuk mendapatkan interval yang digunakan.

$$I = \frac{5 - 1}{5} = 0,08$$

Sehingga kemudian digunakan kategori-kategori menurut range, sebagai berikut :

Sangat Buruk	: 1,00 – 1,80
Buruk	: 1,81 – 2,61
Sedang	: 2,62 – 3,42
Baik	: 3,43 – 4,23
Sangat Baik	: 4,24 – 5,04

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila digunakan dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam subjek tidak berubah (Ghozali, 2013). Pendekatan yang digunakan adalah nilai besar *Composite Reliability* serta *Variance Construct Extrated* dari masing-masing konstruk.

Pengujian Validitas adalah ukuran sejauh mana indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Ukuran yang lain adalah *Variance Extracted* sebagai pelengkap ukuran *Construct Reliability*. Angka rekomendasi untuk nilai *Variance Extracted* > 0.50⁷ (Ghozali, 2013).

a. Uji Validitas

Ghozali (2013) Validitas dapat menunjukkan sejauh mana skor yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengamatan yang ingin diukur, pada umumnya dipermasalahkan berkaitan dengan hasil pengukuran psikologis atau non fisik. Uji Validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara variabel dengan skor total variabel. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment*.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2013) Uji Reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang. Maka akan mendapatkan hasil yang sama.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah model regresi pemegang variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013:160). Uji normalitas yang digunakan uji statistik non-parametrik *One-Sample Grafik Normal P –P Plot*.

Uji Autokorelasi

(Priyatno, 2012:151) Uji Autokorelasi yaitu sebuah analisis statistik pada model regresi yang ada korelasi antar residual pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Untuk mendeteksi ada-tidaknya masalah autokorelasi dapat menggunakan metode Durbin Watson jika nilai DW terletak antara dU dengan 4-dU, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengandung masalah autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala hubungan kuat antara 5 variabel dengan melihat t nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan *Tolerance*, apa bila nilai VIF kurang dari 10,00 dan *Tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi Multikolinearitas (Ghozali 2011). Dasar Pengambilan Keputusan Uji Multikolinearitas Berdasarkan Nilai *Tolerance*:

1. $Tolerance > 0,10$ (Tidak terjadi hubungan kuat antar 5 variabel)
2. $Tolerance < 0,10$ (Terjadi hubungan kuat antar 5 variabel)

Berdasarkan Nilai VIF :

1. $VIF < 10,0$ (Tidak terjadi hubungan kuat antar 5 variabel)
2. $VIF > 10,0$ (Terjadi hubungan kuat antar 5 variabel)

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini menggunakan Glejser atau grafik Scatterplot dengan cara menyusun regresi antara lain *Absolute* residual dengan variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan untuk uji regresi linier berganda. Rangkuti (2012) “Dalam rangka menguji hipotesis yang telah dirumuskan maka persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : Bukti Langsung

X2 : Keandalan

X3 : Daya Tanggap

X4 : Jaminan

X5 : Empati

b : Koefisien Regresi Untuk Variabel X

Langkah berikutnya adalah menghitung koefisien korelasi, yaitu untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen”. Menurut Rangkuti (2012:264) menyatakan bahwa koefisien korelasi dapat dirumuskan, adalah sebagai berikut :

$$R_{xy(1, 2)} = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y + b_5 \sum X_5 Y}{\sum Y^2}$$

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut, maka dapat berpedoman pada tingkat hubungan dengan interval koefisien, sebagai berikut :

Sangat Rendah	: 0,000 - 0,199
Rendah	: 0,200 - 0,399
Cukup	: 0,400 - 0,599
Kuat	: 0,600 - 0,799
Sangat Kuat	: 0,800 - 1,00

Uji Hepotesis

Pengujian Hipotesis pertama Uji Tuntut menunjukkan pengaruh variabel Y yang secara parsial dalam memaparkan variasi variabel Y. Pengujian Hipotesis kedua yaitu Uji F, menunjukkan pengaruh semua variabel X secara bersama-sama dalam menerangkan variasi variabel Y.

HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Uji Validitas

Berikut hasil Uji Validitas dengan menggunakan pengolahan data IBM SPSS 24 :

Tabel 1
Uji Validitas

variabel	Item pengukuran	Nilai signifikasi	Keterangan
Bukti Langsung (X1)	X1.1	0,543	Valid
	X1.2	0,517	Valid
	X1.3	0,609	Valid
	X1.4	0,584	Valid
	X1.5	0,572	Valid
Kehandalan (X2)	X2.1	0,684	Valid
	X2.2	0,579	Valid
	X2.3	0,534	Valid
	X2.4	0,504	Valid
	X2.5	0,506	Valid
Daya Tanggap (X3)	X3.1	0,671	Valid
	X3.2	0,586	Valid
	X3.3	0,680	Valid
	X3.4	0,563	Valid
	X3.5	0,505	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0,675	Valid
	X4.2	0,678	Valid
	X4.3	0,502	Valid
	X4.4	0,584	Valid
	X4.5	0,660	Valid
Empati (X5)	X5.1	0,639	Valid
	X5.2	0,627	Valid
	X5.3	0,529	Valid
	X5.4	0,553	Valid
	X5.5	0,529	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,530	Valid
	Y2	0,638	Valid
	Y3	0,581	Valid
	Y4	0,543	Valid
	Y5	0,628	Valid

Sumber: Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan data tabel 1 menunjukkan semua item pada variabel–variabel tersebut mempunyai nilai r korelasi > 0,50. Maka item dari semua variabel tersebut dapat dikatakan Valid.

Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

Hasil pengujian reliability untuk masing-masing variabel yang diringkas adalah sebagai berikut:

- | | | |
|-----------------------|-------|----------|
| 1. Bukti Langsung | 0,510 | Reliable |
| 2. Keandalan | 0,757 | Reliable |
| 3. Daya Tanggap | 0,640 | Reliable |
| 4. Jaminan | 0,663 | Reliable |
| 5. Empati | 0,683 | Reliable |
| 6. Kepuasan Pelanggan | 0,597 | Reliable |

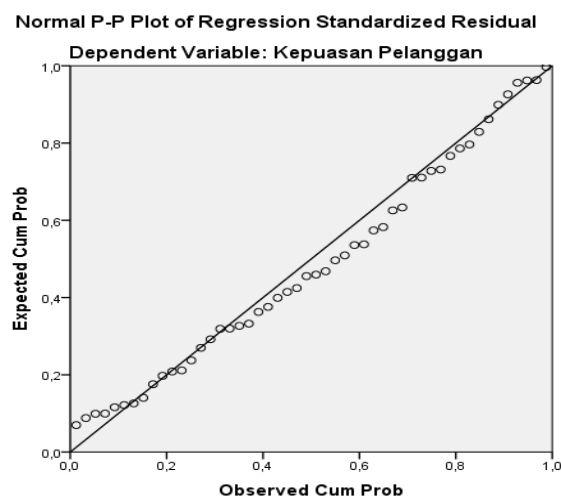
Berdasarkan hasil output dari tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Croanbach's Alpha* dari seluruh variabel adalah lebih besar dari > 0,50. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan variabel dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Ghozali (2013:160) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi pemegang variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar-dasar pengambilan keputusannya Jika data menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, dapat dikatakan model regresi memenuhi kriteria asumsi Normalitas. Dan sebaliknya jika data tidak mengikuti arah garis diagonal, dapat dikatakan model regresi tidak memenuhi kriteria asumsi Normalitas.

Berikut hasil uji normalitasnya :



Gambar 1

Hasil output uji normalitas Grafik Normal P –P PLOT

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Dari gambar 1 grafik di atas data menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual terdistribusi normal maka model uji asumsi klasik ini layak dipakai untuk penelitian selanjutnya.

Uji Autokorelasi

Keadaan dimana model regresi mempunyai korelasi terhadap residual model t dengan residual sebelumnya t-1 untuk mengetahuinya yaitu dengan menggunakan metode Durbin Watson. Jika nilai Durbin Watson terletak antara dU dengan 4-dU disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengandung Autokorelasi (Priyatno, 2012:151).

Tabel 2
Hasil uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,850 ^a	0,683	0,681	0,43865	1,952

a. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Keandalan, Bukti Langsung, Daya Tanggap

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Dari hasil tabel 2 diatas dapat nilai Durbin Watson sebesar 1,952. Berada diantara dU sebesar 1,8031 dan 4-dU sebesar 2,1969. Dengan kata lain $dU < dW < 4-dU$ dapat disimpulkan bahwa dari hasil Uji Autokorelasi tidak terdapat Autokorelasi atau penyimpangan.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah antara variabel independen mempunyai hubungan linier koefisien korelasinya tinggi atau 1 dan dapat dikatakan nilainya sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala Multikolinieritas dengan melihat nilai *Variance InflationFactor* (VIF) dan *Tolerance*, apa bila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak terjadi Multikolinieritas (Ghozali 2011).

Hasil uji Multikolinieritaspada output hasil regresi, adalah sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil output Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,360	1,25		4,728	0,001		
1							
Bukti Langsung	0,212	0,186	0,189	2,370	0,015	0,240	4,170
Keandalan	0,169	0,179	0,141	2,548	0,012	0,279	3,582
Daya Tanggap	0,240	0,167	0,245	2,435	0,018	0,265	3,777
Jaminan	0,043	0,171	0,247	2,721	0,011	0,140	7,141
Empati	0,271	0,191	0,205	2,377	0,009	0,184	5,422

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan.

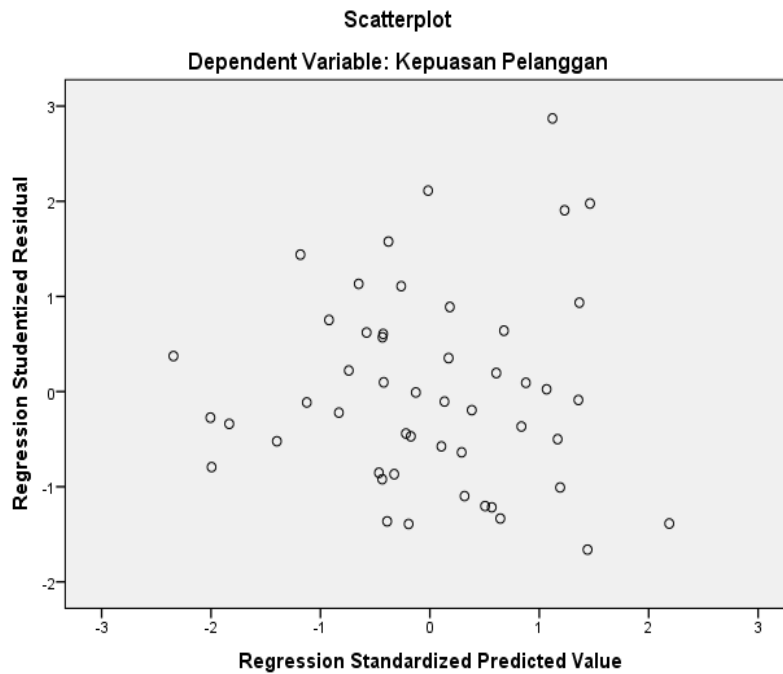
Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan Tabel 3 dapat menunjukkan Nilai VIF variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati lebih kecil daripada 10,00 dan Nilai Toleransi lebih besar daripada 0,10. Maka h_a diterima yang berarti tidak terjadi penyimpangan *Multikolinieritas*.

Uji Heteroskedas

Ghozali (2011)“Digunakan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan antara *Variance* dan residual suatu pengamatan-pengamatan lain. Metode yang digunakan adalah analisis Glejser dan grafik *Scatterplot* dengan mengamati *Scatterplot SRESID* dan *ZPRED*, jika *Scatterplot* menyebar secara acak, hal ini menunjukkan tidakakan terjadi masalah pada model regresi yang dibentuk”.

Hasil uji Heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :



Gambar 2

Hasil output uji Heteroskedastisitas grafik Scatterplot

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Hasil dari pengamatan Gambar 2 terlihat bahwa data menyebar diatas, dibawah dan disekitar 0, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas untuk model regresi ini.

Uji Hipotesis (Regresi Linier)

Uji T (Uji Parsial)

Digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan atau signifikan secara parsial dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ (5%) dan T_{tabel} sebesar 1,66123 (df = 94).

Hasil uji T adalah sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil output uji t model Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,36	1,25		4,728	0,001
Bukti Langsung	0,212	0,186	0,189	2,37	0,015
Kehandalan	0,169	0,179	0,141	2,548	0,012
Daya Tanggap	0,24	0,167	0,245	2,435	0,018
Jaminan	0,043	0,171	0,247	2,721	0,011
Empati	0,271	0,191	0,205	2,377	0,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Tabel 4 pengolahan data seperti diuraikan pada Tabel 17 tersebut diatas maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.212 X_1 + 0.269 X_2 + 0.240 X_3 + 0.243 X_4 + 0.171 X_5$$

Variable yang paling dominan adalah variabel X2 karena memiliki pengaruh paling banyak, selanjutnya diikuti oleh variabel X4, X3, X1, & X5.

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai signifikan untuk X1 terhadap Y adalah sebesar $0,015 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,404 > T_{tabel} 1,66123$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif bukti langsung X1 terhadap kepuasan pelanggan Y. Nilai B sebesar 0,212 menunjukkan bahwa jika variabel X1 naik 1 tingkat maka akan meningkatkan variable Y sebesar 0,212.

b. Pengujian Hepotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai signifikan untuk X2 terhadap Y adalah sebesar $0,012 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,748 > T_{tabel} 1,66123$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang bearti terdapat pengaruh positif X2 terhadap Y. Nilai B sebesar 0,269 menunjukkan bahwa jika variabel X2 naik 1 tingkat maka akan meningkatkan variable Y sebesar 0,269.

c. Pengujian Hepotesis Ketiga(H3)

Diketahui nilai signifikan untuk X3 terhadap Y adalah sebesar $0,018 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,435 > T_{tabel} 1,66123$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang bearti terdapat pengaruh positif X3 terhadap Y. Nilai B sebesar 0,240 menunjukkan bahwa jika variabel X3 naik 1 tingkat maka akan meningkatkan variable Y sebesar 0,240.

d. Pengujian Hepotesis Kempat (H4)

Diketahui nilai signifikan untuk X4 terhadap Y adalah sebesar $0,011 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,425 > T_{tabel} 1,66123$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang bearti terdapat pengaruh positif X4 terhadap Y. Nilai B sebesar 0,243 menunjukkan bahwa jika variabel X4 naik 1 tingkat maka akan meningkatkan variable Y sebesar 0, 243.

e. Pengujian Hepotesis Kelima (H5)

Diketahui nilai signifikan untuk X5 terhadap Y adalah sebesar $0,019 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,418 > T_{tabel} 1,66123$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang bearti terdapat pengaruh positif X5 terhadap Y. Nilai B sebesar 0,171 menunjukkan bahwa jika variabel X5 naik 1 tingkat maka akan meningkatkan variable Y sebesar 0,171.

Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan atau signifikan secara simultan dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ (5%) dan F_{tabel} sebesar 2,31 (df2 = 94).

Tabel 5
Hasil output uji F modelANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,485	5	0,737	6,619	,000 ^b
	Residual	9,466	44	0,192		
	Total	10,651	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Kehandalan, Bukti Langsung, Daya Tanggap

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Dari data tabel 5 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :
Jika nilai sig $< 0,05$, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $6,919 > 2,31$ dengan tingkat signifikan $0,000^a < 0,05$.
Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_0 ditolak yang berarti secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Hasil output uji t model Coefficients^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,850 ^a	0,683	0,681	0,43865	1,352

a. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Keandalan, Bukti Langsung, Daya Tanggap

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui nilai *R* yaitu keeratan hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen yakni sebesar 0,850. Nilai tersebut berada diantara *interval* 0,800 – 1,00 dan dapat dikatakan berada dalam interval sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Bukti Langsung (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) terhadap kepuasan pelanggan Y sangat kuat.

Sementara nilai *R-Square* sebesar 0,683 atau 68,3% menunjukkan bahwa Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati secara bersama-sama memberikan kontribusi yang kuat atau pengaruh sebesar 68,3% terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Samarinda.

Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang tidak diamati adalah sebesar 32,7%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis yang diuraikan maka pembahasannya adalah sebagai berikut :

a. Variabel Bukti Langsung

Antara bukti langsung dan kepuasan pelanggan JNE Cabang Utama di Samarinda mempunyai pengaruh, ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi. Bukti Langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JNE Cabang Utama Samarinda. Fasilitas gedung yang memadai, tata letak yang strategis, sarana telekomunikasi yang diberikan membuat pelanggan puas atas layanan yang diberikan JNE cabang utama Samarinda.

b. Variabel Keandalan.

Antara Keandalan dan kepuasan pelanggan JNE Cabang Utama di Samarinda mempunyai pengaruh, ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi dan dapat disimpulkan pengaruh positif. Variabel Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JNE Cabang Utama Samarinda. Cepatnya pelayanan, penanganan transaksi yang tepat dan teliti yang diberikan membuat pelanggan puas atas layanan yang diberikan JNE cabang utama Samarinda.

c. Variabel Daya Tanggap.

Antara Daya Tanggap dan kepuasan pelanggan JNE Cabang Utama di Samarinda mempunyai pengaruh, ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi, Variabel dayatanggap berpengaruh terhadap rasa puas pelanggan di JNE Cabang Utama Samarinda. Kesiapan para karyawan JNE dalam menangani transaksi, penanganan antrian, dan penyampaian informasi yang diberikan membuat pelanggan puas atas layanan yang diberikan JNE cabang utama Samarinda.

d. Variabel Jaminan.

Antara Jaminan dan kepuasan pelanggan JNE Cabang Utama di Samarinda mempunyai pengaruh, ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi yaitu pengaruh positif, variabel jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JNE Cabang Utama Samarinda. Artinya tingkat keamanan dan keselamatan akan barang merupakan tanggung jawab JNE sehingga pelanggan merasa aman dan percaya menggunakan layanan jasa JNE cabang utama Samarinda.

e. Variabel Empati.

Antara Empati dan kepuasan pelanggan JNE Cabang Utama di Samarinda mempunyai pengaruh, ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi dan disimpulkan pengaruh positif, Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di JNE Cabang Utama Samarinda. Artinya perhatian yang diberikan karyawan JNE membuat pelanggan puas atas layanan yang diberikan JNE cabang utama Samarinda.

- f. Berdasarkan perhitungan Uji F, berdasarkan data yang telah diolah menunjukkan bahwa variabel independen lima variabel buktilangsung, keandalan, dayatanggap, jaminan, empatisecara bersama-sama memberikan kontribusi yang kuat, Sisanya pengaruh faktor-faktor lain yang berpengaruh untuk perusahaan JNE Samarinda.
- g. Berdasarkan perhitungan uji parsial, dimensi keandalan adalah variabel yang paling berpengaruh mendominasi terhadap rasa puas pelanggan. Hal ini dikarenakan Variabel Keandalan memberikan cepatnya pelayanan, penanganan transaksi yang tepat dan teliti yang diberikan membuat pelanggan puas atas layanan jasa yang diberikan JNE cabang utama Samarinda.

Maka dapat diartikan bahwa semua faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap pelanggan sangat diperlukan untuk mendapatkan hasil kualitas perusahaan yang lebih baik, terutama dalam bidang jasa pelayanan yang bernilai positif terhadap peningkatan layanan pada JNE di Samarinda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ada disimpulkan yaitu kelima variabel independen yang ada kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan perusahaan JNE di Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati bersama-sama secara simultan mempengaruhi kualitas layanan pada perusahaan JNE di Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan variabel keandalan memiliki koefisien regresi paling besar sehingga variabel keandalan yang paling Dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan variabel Keandalan memberikan cepatnya pelayanan, penanganan transaksi yang tepat dan teliti yang diberikan membuat pelanggan puas atas layanan JNE Samarinda.

Saran

Pengamatan penulis hasil yang diteliti oleh peneliti dan maka terdapat saran dibawah ini :

1. PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang utama di Samarinda sebaiknya mempertahankan dan mengembangkan kualitas pelayanan yang ada, untuk memenuhi pengembangan kualitas pelayanan perusahaan perlu ditingkatkan lagi. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang maksimal, jadi hasil oleh meningkatnya kualitas pelayanan karyawan akan meningkatkan laba/keuntungan bagi JNE utama di Samarinda.
2. Sebaiknya manajemen SDM terus memonitoring kualitas pelayanan, dilihat dari hasil yang dilakukan dapat membantu para penyusun strategi untuk mengembangkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan lebih Efektif dan Efisien.
3. Manajemen Operasional perusahaan JNE khususnya di wilayah Samarinda dan sekitarnya di harapkan memprioritaskan cabang-cabang JNE lainnya yang terutama di wilayah kecamatan-kecamatan yang ada di Kalimantan Timur untuk memudahkan pelanggan bertransaksi dalam pengiriman barang.
4. Untuk mendukung pengelolaan karya ilmiah lain dari hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan supaya menjadikan karya ilmiah secara lengkap dan terpercaya.

Daftar Pustaka

- Sucipto, 2003. *Penilaian Kinerja Keuangan. Jurnal Akuntansi*. Program Sarjana Universitas Sumatera Utara, Medan
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit: Alfabeta, Bandung
- Ari Prasetio, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*”, *Jurnal Manajemen*, Vol.1 No.4, 2012
- Balqis Diab, “*Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan)*”, Tesis Manajemen, 2009
- Basu Swastha Dh, *Azas-Azas Marketing*, Cetakan Kelima, Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2002
- Ardhiani, Ita Riana, 2009, *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Araya Golf & Family Club)* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2012, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- 2013, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Happy, Wendi Ardiawan, 2009, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo)*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Azwar, Saifuddin. 2009. *Reliabilitas Dan Validitas*, Yogyakarta : Pustaka Pelaja.
- Agustin, SE. Melly, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pebankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Niaga, TBK*.
- Talitha Rahma, 2012. “*Hubungan antara Kualitas layanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen Online shopping pada Universitas Surabaya*”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*”, vol.1 .
- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung: Mandar Maju.