

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Mitra JNT Express Di Desa Pangkalan Muntai Kec. Sukamara Kab. Sukamara Kalimantan Tengah

Analysis of the Effects of Service Quality and Price on Customer Satisfaction with JNT Express Partner Delivery Services in Pangkalan Muntai Village, Sukamara Subdistrict, Sukamara Regency, Central Kalimantan

Ferdi Riyanto, Khairatun Hisan, Lola Malihah

Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Darussalam Martapura

ferdi000037@gmail.com, khairatunhisano601@gmail.com,
lolatasya@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan perdagangan elektronik (e-commerce) telah meningkatkan kebutuhan masyarakat akan layanan jasa pengiriman yang cepat, aman, dan berkualitas. Dalam menghadapi persaingan industri logistik yang semakin ketat, kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Mitra *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai, Kecamatan Sukamara, Kabupaten Sukamara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling* dengan metode *accidental sampling*, sedangkan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow* sehingga diperoleh 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *IBM SPSS Statistics* versi 27 melalui uji parsial (t), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 220,130 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,819 menunjukkan bahwa 81,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan 18,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan disertai penetapan harga yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pengiriman.

Keywords: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, Mitra *JNT Express*.

ABSTRAK

The development of electronic commerce (e-commerce) has rapidly raised the need of the public for fast, secure, and quality delivery services. In the logistics sector, which is becoming ever more competitive, service quality and pricing are viewed as key drivers of consumer satisfaction. The objective of this study is to assess the effect of service quality and pricing on customer satisfaction at JNT Express Partner in Pangkalan Muntai Village, Sukamara District, Sukamara Regency. This research was conducted using quantitative field research methods. The sampling strategy was purposive sampling with an accidental sampling approach. The number of respondents was 100, determined using the Lemeshow formula to determine sample size. The data were analyzed using IBM SPSS Statistics version 27 via multiple linear regression, partial (t-test), simultaneous (F-test), and coefficient of determination (R^2) analysis. The findings show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 (<0.05). Price also has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 (<0.05). At the same time, the F-value is 220.130, and the significance level is 0.000, which indicates that service quality and pricing have a considerable effect on customer satisfaction. Also, the coefficient of determination (R^2) is 0.819, which shows that 81.9% of the variance in customer satisfaction is accounted for by service quality and pricing, while the other 18.1% is affected by other variables that are not incorporated in the study model. The results imply that by increasing the quality of service with a fair and reasonable

price, consumer satisfaction with delivery services can be improved.

Keywords: service quality, price, customer satisfaction, courier service, JNT Express Partner.

PENDAHULUAN

Beragam aspek kehidupan masyarakat mengalami perubahan yang cepat seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu bidang yang mengalami transformasi paling mencolok adalah industri logistik dan jasa pengantaran, seiring dengan tumbuhnya kegiatan perdagangan elektronik (e-commerce). Pertumbuhan e-commerce tidak hanya mengubah cara konsumen berbelanja, tetapi juga telah meningkatkan harapan pelanggan terhadap layanan pengiriman yang cepat, aman, tepat waktu, mudah dilacak, dan dapat menjangkau berbagai lokasi. Karena itu, perusahaan jasa pengiriman diharuskan untuk dapat menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Berbagai aspek kehidupan masyarakat mengalami transformasi yang pesat mengikuti kemajuan teknologi. Salah satu area yang mengalami perubahan paling signifikan adalah sektor logistik dan pengiriman, seiring dengan berkembangnya aktivitas perdagangan elektronik (e-commerce). Perkembangan e-commerce tidak hanya memengaruhi cara konsumen berbelanja, tetapi juga telah meningkatkan ekspektasi pelanggan terhadap layanan pengiriman yang cepat, aman, tepat waktu, mudah untuk dilacak, dan mampu menjangkau berbagai tempat. Oleh karena itu, perusahaan kurir diwajibkan untuk mampu mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen di tengah persaingan industri yang semakin sengit.

Fenomena itu juga muncul di Desa Pangkalan Muntai. Walaupun masyarakat hanya memiliki dua layanan pengiriman, yaitu Mitra JNT Express dan SPX Express. Segmentasi SPX Express yang khusus untuk layanan Shopee mengakibatkan jumlah

pengguna potensial yang lebih sedikit dibandingkan dengan Mitra JNT Express yang memiliki cakupan layanan lebih luas karena melayani semua jenis pengiriman.

Namun, bertambahnya jumlah pengguna jasa juga membawa tantangan tersendiri, seperti ketepatan waktu pengantaran, keamanan barang, cepatnya penanganan keluhan, serta konsistensi kualitas layanan. Jika elemen-elemen tersebut tidak dikelola dengan baik, tingkat kepuasan pelanggan bisa menurun dan berdampak pada kesetiaan mereka terhadap kepuasan.

Berdasarkan situasi itu, penting untuk menilai bagaimana kualitas layanan yang disediakan Mitra JNT Express berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Desa Pangkalan Muntai. Studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang elemen-elemen pelayanan yang telah memengaruhi ekspektasi pelanggan serta aspek yang masih perlu diperbaiki, sehingga dapat menjadi acuan evaluasi yang telah berubah secara signifikan akibat kemajuan teknologi informasi, termasuk di industri logistik dan perdagangan. Pertumbuhan bisnis e-commerce, yang memerlukan layanan pengiriman barang yang cepat, aman, dan terpercaya, merupakan salah satu efek paling jelas dari kemajuan teknologi ini. Dalam konteks ini, layanan pengiriman memiliki peran krusial dalam menjalin hubungan antara penjual dan pembeli, khususnya di wilayah dengan akses terbatas ke pusat distribusi.(Fandy, 2012)

Pertumbuhan industri pengiriman barang di Indonesia sangat pesat sejalan dengan peningkatan aktivitas perdagangan online (e-commerce). Walaupun ada berbagai opsi pengiriman di Desa Pangkalan Muntai, JNT Express menjadi salah satu yang paling populer di kalangan warga setempat karena lebih tanggap, menawarkan sistem pelacakan yang lebih baik, dan tetap buka pada hari libur.

Perusahaan ini terkenal karena menggunakan sistem operasional berbasis teknologi, pelacakan paket secara langsung, layanan pengiriman tanpa hari libur, dan

area jangkauan yang luas hingga ke daerah terpencil.(Pratiwi, 2021) Namun, seiring dengan bertambahnya volume pengiriman, muncul berbagai tantangan terkait kualitas layanan, seperti keterlambatan dalam pengiriman, barang yang rusak, hingga rendahnya respons terhadap keluhan pelanggan.

Di era persaingan yang ketat ini, kepuasan pelanggan menjadi tolok ukur utama keberhasilan perusahaan logistik. Kepuasan ini sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan konsumen, ketepatan waktu, sikap ramah petugas, dan ketepatan sistem pelacakan paket.(Tjiptono, 2012)

Akan tetapi, di samping kualitas layanan, harga juga menjadi salah satu pertimbangan penting. Pelanggan akan merasa puas jika harga yang dibayarkan sebanding dengan layanan yang diterima, baik dari perspektif transparansi, keterjangkauan, maupun nilai manfaat.(Kotler, 2016)

Kualitas pelayanan (service quality) merupakan salah satu indikator penting yang menentukan kesuksesan perusahaan jasa dalam menjaga loyalitas pelanggan. Dalam teori SERVQUAL yang dirumuskan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas layanan dinilai berdasarkan lima dimensi utama: tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (respon), assurance (jaminan), dan empathy (empati).(Parasuraman, A, Zeithaml, V.A., & Berry, 1988)

Berdasarkan data transaksi Mitra JNT Express di Desa Pangkalan Muntai lima bulan terakhir yang mengalami *fluktuasi* yang cukup signifikan, yakni Juli (700), Agustus (512), September (668), Oktober (458), dan November (712) transaksi.(Express, 2025) Situasi ini mencerminkan pentingnya penilaian terhadap kualitas pelayanan dan harga, sebab kedua *elemen* ini berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam perspektif pemasaran jasa, kualitas layanan dan harga merupakan dua faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan.(Sugiyono, 2017) Jika kedua aspek ini tidak sesuai harapan, maka kepuasan akan menurun dan pelanggan cenderung beralih ke layanan lain.

Salah satu penelitian yang relevan dilakukan oleh Runtoni mengenai kualitas pelayanan JNT Express di Kabupaten Sumenep yang menggunakan pendekatan SERVQUAL. Penelitian tersebut menemukan bahwa dimensi *reliability* yang tercermin dari ketepatan waktu justru tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan JNT Express di wilayah tersebut masih belum optimal dan beberapa aspek kualitas pelayanan dinilai kurang memuaskan.(Runtoni, 2020)

Hingga saat ini, penelitian terkait kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan lebih banyak dilakukan di wilayah perkotaan, sedangkan kajian di wilayah pedesaan seperti Pangkalan Muntai masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diisi melalui kajian ilmiah. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNT Express di Desa Pangkalan Muntai.

Dengan melakukan analisis terhadap persepsi masyarakat sebagai pengguna layanan, penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak JNT Express dalam meningkatkan kualitas layanannya, terutama di daerah-daerah yang tergolong sebagai wilayah berkembang. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi perusahaan jasa pengiriman dalam merancang strategi peningkatan pelayanan yang berbasis pada kebutuhan dan harapan pelanggan di wilayah pedesaan.(Nasution, 2015)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lapangan dengan

pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan korelatif karena ingin melihat bagaimana kualitas pelayanan dan harga berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pendekatan korelatif cocok digunakan dalam penelitian kuantitatif yang mengukur hubungan variabel melalui analisis statistik. (Sugiyono, 2017)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan jasa pengiriman Mitra JNT Express di Desa Pangkalan Muntai yang telah menggunakan layanan pengiriman dalam 5 bulan terakhir.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan metode *accidental sampling*, sedangkan penentuan jumlah sampelnya menggunakan rumus *Lemeshow*. Dalam penelitian ini, hal ini dinilai tepat karena jumlah populasi pelanggan secara pasti tidak diketahui.

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan

- n : jumlah sampel
Z : nilai Z pada tingkat kepercayaan
P : proporsi populasi yang diperkirakan
1 - P : 0,5
d : tingkat kesalahan (margin error)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden (digenapkan).

Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan

program IBM SPSS Statistics versi 27. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (*t-test*) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji simultan (*F-test*) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara bersama-sama, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel, kemudian diuraikan secara deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini melibatkan seratusan pelanggan. Mitra JNT Express di Desa Pangkalan Muntai, Kecamatan Sukamara, Kabupaten Sukamara, Kalimantan Tengah.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dapat diukur dengan menggunakan metode analisis regresi berganda.

Tabel 1 Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
Model		B	Std. Error	
1	(Constant)	1.472	.800	
	X1	.055	.039	.258
	X2	-.082	.047	-.325

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, $Y = 1,472X_1 - 0,082X_2$, maka nilai konstanta sebesar 1,427 menunjukkan bahwa apabila variabel X1 dan X2 bernilai nol, maka nilai variabel Y sebesar 1,472. Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,055 menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel lain konstan, setiap peningkatan X1 satu satuan akan meningkatkan Y sebesar 0,055.

Namun koefisien regresi variabel X2 adalah -0,082, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan X2 sebesar satu satuan akan menyebabkan penurunan Y sebesar 0,082.

Nilai koefisien beta menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh positif terhadap Y dengan nilai sebesar

0,258, sedangkan variabel X2 memiliki pengaruh negatif terhadap Y dengan nilai sebesar -0,325.

Jika kualitas pelayanan meningkat, maka pelanggan akan semakin puas. Sebaliknya, jika harga semakin tinggi, maka pelanggan cenderung kurang puas. Selain itu, harga memiliki pengaruh yang lebih kuat, sehingga perubahan harga lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan kualitas layanan.

Uji Koefisiensi Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Jika nilai R^2 tinggi (mendekati 1 atau 100%), artinya sebagian besar perubahan dalam Y dapat dijelaskan oleh X.

Tabel 2 Uji Koefisien Deteminasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.819	.816	1.512

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,819, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi kepuasan pelanggan (Y) sebesar 81,9 persen. Variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini bertanggung jawab atas 18,1 persen sisa.

Uji Hipotesis

Uji Simultan

Tabel 3 Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1006.749	2	503.374	220.130	.000 ^b
Residual	221.811	97	2.287		
Total	1228.560	99			

Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 220,130 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1)

dan variabel independen harga (X2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y), karena nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen dapat berfungsi secara bersamaan untuk menjelaskan perubahan variabel Y.

Uji Parsial

Tabel 4 Uji Prsial

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	3.576	1.287		2.778	.007
X1	.374	.063	.473	5.907	.000
X2	.443	.076	.470	5.865	.000

a. Dependent Variable: Y

Menurut hasil uji t, variabel X1 memiliki koefisien regresi (B) sebesar 0,374, nilai thitung sebesar 5,907, dan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Y, karena arah pengaruh positif menunjukkan bahwa peningkatan pada Y akan diikuti oleh peningkatan pada X1.

Variabel X2 memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,443, dengan nilai t hitung sebesar 5,865 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa X2 secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap Y.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas pelayanan Mitra JNT Express di Desa Pangkan Muntai terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNT Express, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan teori *SERVQUAL* yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan

pelanggan.(Aisah & Surianto, 2025) Dimensi seperti keandalan, ketanggapan, dan empati menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi pelanggan. Selain itu, hasil ini juga mendukung *Expectation-Confirmation Theory* yang disampaikan oleh Oliver, di mana pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan akan menghasilkan kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Salma Hafizha dkk. (2019), yang menemukan bahwa tingkat pelayanan yang lebih baik berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar. Penelitian tersebut menemukan bahwa tingkat pelayanan yang lebih baik terkait dengan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.(Hafizha et al., 2019)

Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Tiyarra Syanjari dan Jenji Gunaedi Argo (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. Perusahaan yang dapat memberikan layanan yang terpercaya, cepat, dan cepat akan membuat pelanggan puas.(Syanjari & Argo, 2024)

Pengaruh harga Mitra JNT Express di Desa Pangkalan Muntai terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang sesuai dengan manfaat layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung *Price Fairness Theory*, yang menyatakan bahwa persepsi harga yang adil akan meningkatkan kepuasan pelanggan.(Radic, 2024) Jika pelanggan merasa harga yang dibayar sebanding dengan kualitas pelayanan, maka mereka akan merasa puas.

Hal ini sejalan dengan hasil

penelitian Bella Agustina dkk.(2021) yang menunjukkan bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen J&T Express. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat layanan akan membuat konsumen merasa puas menggunakan jasa pengiriman tersebut.(Agustina et al., 2021)

Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Taufik Khurrohman dan M. Rofiq Junaidi (2024) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. Ini membuktikan bahwa harga menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan.(Khurrohman & Junaidi, 2024)

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga Mitra JNT Express di Desa Pangkalan Muntai terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil kombinasi antara kualitas pelayanan dan harga. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran jasa dan *Expectation-Confirmation Theory* yang menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap kinerja layanan dan nilai yang diterima. Ini sejalan dengan hasil penelitian Ahmad dkk. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express baik secara parsial maupun simultan.(Ahmad et al., 2023)

Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Awaliyah dkk. (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. Pelanggan merasa lebih puas ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik dengan harga yang sesuai.(Awaliyah et al., 2025)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pembahasan penyajian data dan analisis data, dalam penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai Kecamatan Sukamara Kabupaten Sukamara dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai secara parsial, diketahui nilai uji t variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,374, dengan nilai t hitung sebesar 5,907 dan tingkat *signifikansi* 0,000. Karena nilai *signifikansi* $< \alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,443, dengan nilai t hitung sebesar 5,865 dan tingkat *signifikansi* 0,000. Sama halnya dengan Kualitas Pelayanan, nilai *signifikansi* $< \alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) juga dipengaruhi secara signifikan oleh harga (X2).
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai berdasarkan hasil uji F yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 220,130 dengan tingkat *signifikansi* sebesar 0,000. Karena nilai *signifikansi* $< \alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

Saran

Pihak Mitra *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai diharapkan dapat

terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam ketepatan waktu operasional, keramahan pegawai, keamanan barang, serta kecepatan dalam merespons keluhan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Mitra *JNT Express* di Desa Pangkalan Muntai diharapkan tetap mempertahankan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif dan transparan perlu diperhatikan agar pelanggan merasa puas dan tetap loyal menggunakan jasa pengiriman.

Pelanggan diharapkan dapat memberikan masukan atau kritik yang membangun kepada pihak jasa pengiriman agar kualitas pelayanan dan sistem pelayanan dapat terus diperbaiki dan ditingkatkan sesuai kebutuhan masyarakat.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya, sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah wa syukurillah, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala kenikmatan, keberkahan, kemudahan, serta limpahan karunia-Nya. Segenap jiwa dan kerendahan hati, kupersembahkan tugas akhir karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini untuk orang-orang yang sangat berarti dalam perjalanan hidupku.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, B., Bastian, A. F., & Sukaesih, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Karawaci Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(2).
- Ahmad, K., Mahmud, M., Dai, S. I. S., Hinel, R., & Ardiyansyah. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang J&T Express Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga di Kota Gorontalo. *Innovative: Journal of Social*

- Science Research*, 3(3), 1113–1125.
- Aisah, F. P., & Surianto, M. A. (2025). Analysis of Service Quality According to Parasuraman's Theory (SERVQUAL) at CV Tirta Sari Abadi. *Al Tijarahh*, 11(2), 332–342.
- Awaliyah, S. M., Astuti, D., & Solehudin, D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspress. *Jurnal Inovasi Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 3(3).
- Creswell, J. W. (2014). Research Desigh: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methos Approaches. *California: SAG Publications*.
- Express, J. (2025). *Data Transaksi JNT Express Desa Pangkalan Muntai (Juli-November 2025)*.
- Fandy, T. (2012). *Manajemen Jasa*.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Nuryanti, H. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan JNT Express*. (Dipublikasikan online: Neliti / ResearchGate).
- Khurrohman, T., & Junaidi, M. R. (2024). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(2).
- Kotler, P. dan K. L. (2016). Marketing Management, 15th Edition. In *Pearson Education*.
- Lwanga, S. K., & Lemeshow, S. (1991). *Sample Size Determination in Health Studies: A Practical Manual*. World Health Organization.
- Nadiyanti, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan* [Universitas Buana Perjuangan Karawang]. <https://repository.ubpkarawang.ac.id/id/eprint/3673/>
- Nasir. (2005). Metode Penelitian. *Ghalia Indonesia*.
- Nasution, M. . (2015). Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management). *Ghalia Indonesia*.
- Nazir, M. (2011). Metode Penelitian. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V.A., & Berry, L. . (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pratiwi, R. (2021). Analisis Kinerja Jasa Ekspedisi J&T Express dalam Mendukung E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Logistik dan Transportasi*.
- Radic, D. (2024). Price Fairness: Square Equity and Mean Pricing. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 23.
- Runtoni, M. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express : Studi kasus pada pelanggan JNT Express di Klim'o'ok, Kabupaten Sumenep* [Universitas Islam Negeri Raden Fatah]. <https://repository.radenfatah.ac.id/8647/>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syanjari, T., & Argo, J. G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(1), 188–199.
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. *Jakarta: Rajawali Pres*.