



# **LAPORAN PENELITIAN**

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE AGEN  
PONDOK GEDE**

**Oleh:**

**Ketua : Herman Susilo SE, MM**  
**Anggota :**

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA ANGGARAN  
PENDAPATAN DAN BELANJA STIE GICI TAHUN AKADEMIK  
2022/2023. NOMOR KONTRAK: 240/LPPM-GBS/I/2023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI "GICI"  
2023**

---

---

## SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN Nomor : 240/LPPM-GBS/I/2023

Pada hari ini, Senin, tanggal Dua bulan Januari tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga (02-01-2023), kami yang bertanda tangan di bawah ini:

- 1) Herman Susilo, SE, MM.  
Selaku Ketua LPPM STIE “GICI” untuk Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “GICI”, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
- 2) Herman Susilo, SE, MM  
Selaku Peneliti, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**; menyatakan bersepakat untuk membuat perjanjian kontrak penelitian sebagai berikut.

### Pasal 1 JUDUL PENELITIAN

**PIHAK PERTAMA** dalam jabatannya tersebut di atas, memberikan tugas kepada **PIHAK KEDUA** untuk melaksanakan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Pondok Gede”**

### Pasal 2 WAKTU DAN BIAYA PENELITIAN

- 1) Waktu penelitian adalah 6 bulan, dari 2 Januari 2023 sampai dengan 23 Juni 2023.
- 2) Biaya pelaksanaan penelitian ini dibebankan pada pos Anggaran Pendapatan dan Belanja (APB) Jurusan Peneliti bersangkutan tahun 2022/2023 dengan nilai kontrak sebesar **Rp. 6.250.000 (Enam Juta Dua Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)**.

### Pasal 3 PERSONALIA PENELITIAN

Susunan personalia penelitian ini sebagai berikut :

Ketua : Herman Susilo, SE, MM

Anggota :

### Pasal 4 CARA PEMBAYARAN

Pembayaran biaya penelitian diberikan sesuai dengan aturan dan tata cara yang telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI”, yaitu:

- 1) Tahap I sebesar 70% dari nilai kontrak yang diterimakan paling cepat dua minggu setelah surat perjanjian kontrak penelitian ini ditandatangani oleh kedua belah pihak melalui Bendahara STIE “GICI”.
- 2) Tahap II sebesar 30% dari nilai kontrak yang diterimakan setelah **PIHAK KEDUA** menyelesaikan seluruh kewajiban pekerjaan penelitian

## Pasal 5

### KEASLIAN PENELITIAN DAN KEBEBAS-IKATAN DENGAN PIHAK LAIN

- 1) **PIHAK KEDUA** bertanggung jawab atas keaslian judul penelitian sebagaimana disebutkan dalam pasal 1 Surat Perjanjian Kontrak Penelitian ini (bukan duplikat/jiplakan/plagiat) dari penelitian orang lain.
- 2) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bebas dari ikatan dengan pihak lain atau tidak sedang didanai oleh pihak lain.
- 3) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa judul penelitian tersebut bukan merupakan penelitian yang SEDANG ATAU SUDAH selesai dikerjakan, baik didanai oleh pihak lain maupun oleh sendiri.
- 4) Apabila di kemudian hari diketahui ketidak benaran pernyataan ini, maka kontrak penelitian dinyatakan batal, dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana yang telah diterima.

## PASAL 6

### PEMBIMBING/KONSULTAN PENELITIAN LATIHAN

- 1) Setiap Peneliti Latihan harus menunjuk seorang Pembimbing/Konsultan yang bertugas membimbing pelaksanaan penelitiannya.
- 2) Peneliti Latihan diharuskan berkonsultasi dengan pembimbingnya berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan serta laporan hasil penelitiannya.
- 3) *Honorarium* Pembimbing/Konsultan (untuk peneliti dari mahasiswa) ditanggung oleh institusi STIE “GICI” di luar nilai kontrak penelitian sesuai ketentuan yang berlaku, dan akan dibayarkan setelah laporan hasil penelitian beserta kelengkapannya diserahkan ke LPPM melalui Bendahara STIE “GICI”.

## Pasal 7

### MONITORING PENELITIAN

- (1) **PIHAK PERTAMA** berhak untuk:
  - a) Melakukan pengawasan administrasi, monitoring, dan evaluasi terhadap pelaksanaan penelitian.
  - b) Memberikan sanksi jika dalam pelaksanaan penelitian terjadi pelanggaran terhadap isi perjanjian oleh Peneliti.
  - c) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.
- (2) Pemantauan kemajuan penelitian dilakukan oleh **PIHAK PERTAMA** bersama dengan *Reviewer*, dan Pembimbing Penelitian untuk Penelitian Latihan.
- (3) **PIHAK KEDUA** diharuskan membuat dan menyampaikan Laporan Kemajuan atas pelaksanaan penelitiannya kepada **PIHAK PERTAMA** sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- (4) Pelaksanaan kemajuan penelitian dijadwalkan pada bulan ke-3 setelah Kontrak Penelitian ditanda tangani (Maret 2023).
- (5) Format Laporan Kemajuan dan Teknis pelaksanaannya akan diatur kemudian.

## Pasal 8

### LAPORAN SEMENTARA DAN SEMINAR HASIL PENELITIAN

- 1) **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan laporan hasil penelitian sementara kepada **PIHAK PERTAMA** paling lambat pada 30 Juni 2023 sebanyak 2 (dua) eksemplar.
- 2) Laporan sementara itu digunakan sebagai bahan seminar hasil penelitian yang penyelenggaraannya menjadi tanggung jawab **PIHAK PERTAMA**.
- 3) Ketua Peneliti diwajibkan hadir untuk mempresentasikan hasil penelitiannya pada seminar hasil penelitian.
- 4) Pelaksanaan teknis seminar hasil penelitian akan diatur tersendiri oleh **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 9  
LAPORAN AKHIR PENELITIAN

- 1) Setelah seminar hasil penelitian sebagaimana dimaksud pada pasal 8 Perjanjian ini, **PIHAK KEDUA** wajib menyerahkan revisi laporan penelitiannya dalam waktu paling lambat dua minggu.
- 2) Revisi laporan penelitian yang sudah diseminarkan harus mendapat pengesahan dari *reviewer* dan dijilid dalam satu kesatuan dengan laporan.
- 3) Berkas-berkas laporan meliputi:
  - (a) Laporan lengkap penelitian terdiri dari: (A) Laporan Hasil Penelitian, (B) Naskah Publikasi, dan (C) Sinopsis Penelitian Lanjutan (jika ada kelanjutan).
  - (b) Laporan akhir penelitian rangkap 4 (empat) dengan perincian 1 eks. Untuk LPPM, 1 eks. Untuk Perpustakaan STIE “GICI”, 1 eks. Untuk Jurusan.
  - (c) Naskah publikasi dalam bentuk *feature* sebanyak 2 eksemplar yang terpisah dari laporan akhir hasil penelitian. Naskah *feature* (dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*) ini disiapkan untuk publikasi di media massa.
  - (d) Disket atau CD berisi *file* laporan lengkap dan naskah publikasi bentuk *feature* sebanyak 1 keping.
- 4) Format laporan hasil penelitian sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dan telah ditetapkan dalam Pedoman Penelitian STIE “GICI” dan suplemen ralatnya baik dalam hal warna sampul, tata tulis maupun urutan masing-masing komponen.
- 5) Pada sampul bagian tengah dituliskan nama Peneliti atau Tim Peneliti lengkap dengan gelar masing-masing, sedangkan pada bagian bawah dari laporan tersebut harus dituliskan pernyataan yang berbunyi:

**PENELITIAN INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA  
ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA STIE “GICI”  
TAHUN AKADEMIK 2022/2023  
Nomor Kontrak : 240/LPPM-GBS/I/2023**

Pasal 10  
HAK KEPEMILIKAN ATAS BARANG/PERALATAN PENELITIAN

Segala barang atau alat yang dibeli atas biaya penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti yang bersangkutan. Pengaturan kepemilikannya sebagai berikut :

- 1) Barang atau alat berupa *catridge*, *printer*, alat perekam, akses internet, dan sejenisnya selama masih dapat menggunakan fasilitas STIE “GICI” pada dasarnya tidak dianggarkan dalam biaya penelitian.
- 2) Kamera, alat perekam, dan semacamnya yang dapat dipakai ulang, Buku, Jurnal, CD, VCD, DVD, *cassete*, dan sejenisnya yang merupakan *software*, program, alat atau referensi penelitian yang didapatkan (dibeli) dari anggaran penelitian menjadi milik Jurusan Peneliti.
- 3) Pemindahan hak kepemilikan barang atau alat sebagaimana tersebut dilakukan melalui **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 11  
*INSTITUSIONAL FEE*

Dalam rangka penyeragaman dan efisiensi administrasi pelaporan penelitian, **PIHAK PERTAMA** melakukan pemotongan terhadap dana penelitian yang telah disetujui sebesar 5% dengan alokasi pemanfaatan antara lain untuk :

- 1) Penggandaan laporan akhir penelitian sebanyak 4 eksemplar.
- 2) Kegiatan penunjang penelitian bagi dosen/pengusul penelitian.

Pasal 12  
SANKSI

Segala kelalaian baik disengaja maupun tidak, sehingga menyebabkan keterlambatan menyerahkan laporan hasil penelitian dengan batas waktu yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 Perjanjian ini akan mendapatkan sanksi sebagai berikut :

- 1) Diberhentikannya bantuan keuangan, dan **PIHAK KEDUA** diwajibkan mengembalikan dana yang sudah diterima kepada STIE "GICI" melalui **PIHAK PERTAMA**, atau
- 2) tidak diperbolehkan mengajukan usulan penelitian pada periode tahun anggaran tersebut bagi Ketua dan Anggota Peneliti.

Pasal 13  
PENUTUP

Perjanjian ini berlaku sejak ditanda tangani dan disetujui oleh **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**.

Depok, 02 Januari 2023,

**PIHAK PERTAMA,**

**PIHAK KEDUA,**



**Herman Susilo, SE, MM**

Ketua LPPM

**Herman Susilo, SE, MM**

Peneliti

**HALAMAN PENGESAHAN  
PENELITIAN DOSEN STIE “GICI”**

Judul Penelitian : Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Pondok Gede

**Ketua Peneliti**

- a. Nama Lengkap : Herman Susilo SE, MM
- b. Jenis Kelamin : Laki - Laki
- c. NIDN : 0401128604
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jurusan : Manajemen
- f. Nomor Handphone : 0881024199891
- g. Alamat E-mail : [hersusilo72@gmail.com](mailto:hersusilo72@gmail.com)

**Anggota Tim**

- a. Nama Anggota 1/Jurusan :
- b. Nama Anggota 2/Jurusan :

**Lokasi Penelitian**

: JNE

**Alamat**

: Pondok Gede

**Lama Penelitian**

: 6 (Enam) Bulan

**Biaya yang diperlukan**

: Rp. 6.250.000

**Sumber Pendanaan**

: LPPM GICI

**Sumber Lain**

:

Depok, 23 Juni 2023

Mengetahui:  
Ketua Jurusan,

Ketua Peneliti

**Altatit Dianawati, S.Si, MM**

NIDN: 0403067803

**Herman Susilo SE, MM**

NIDN: 0401128604

Menyetujui,  
Ketua LPPM STIE GICI



**LPPM**  
GICI BUSINESS SCHOOL  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

**Herman Susilo, SE, MM**

NIDN: 0401128604

## ABSTRAK

Judul Penelitian : Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Pondok Gede

Ketua Peneliti : Herman Susilo SE, MM

Anggota :

Kata Kunci : Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa pengiriman barang. JNE adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang. Metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner, model analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling ,adapun sampel tersebut berjumlah 97 orang. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 24.699 + 0,096X_1 + 0,637X_2 + 0,263X_3$$

Dimana variabel kepuasan pelanggan (Y), variabel produk (X1), variabel harga (X2), dan variabel kualitas pelayanan (X3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede karena thitung (0.849) < ttabel (1,660) serta nilai signifikasinya diatas 0,05, untuk variabel harga menghasilkan thitung (8,519) dan variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis thitung ( 4,779) dimana ttabel (1,660) dan nilai signifikasinya dibawah 0,05 maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti yaitu produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.

## **ABSTRACT**

Judul Penelitian : *The Influence of Products, Prices and Service Quality on Customer Satisfaction of JNE Pondok Gede Agents*

Ketua Peneliti : Herman Susilo SE, MM

Anggota :

Kata Kunci : *Product, Price, Service Quality, Customer Satisfaction.*

*Competition in the business world today is getting tighter. This is also felt by business people in the field of freight forwarding services. JNE is one of the companies engaged in freight forwarding services. The research method is in the form of data collection using questionnaires, the data analysis model used is multiple linear analysis. The sample selection was carried out by purposive sampling, the sample amounted to 97 people. The data that have met the validity test, the reliability test, and the classical assumption test are processed to produce the following regression equations:*

$$Y = 24.699 + 0.096X_1 + 0.637X_2 + 0.263X_3$$

*Where are the customer satisfaction variables (Y), product variables (X1), price variables (X2), and service quality variables (X3). Hypothesis testing using the t-test showed that partially the product did not have a significant effect on customer satisfaction of JNE Agen Pondok Gede because the tcount (0.849) < the ttable (1.660) and the significance value was above 0.05, for the price variable produced tcal (8.519) and the service quality variable showed the results of the tcal analysis ( 4.779) where the ttable (1.660) and the significance value was below 0.05 then partially the two variables had a significant effect on the Customer satisfaction with JNE Pondok Gede Agent. Then through the F test, it can be found that the three independent variables that are researched, namely products, prices and service quality, simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of JNE Agen Pondok Gede.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat dibanding dengan dekade sebelumnya. Perkembangan pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industri pada sektor jasa. Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Industri jasa cukup bervariasi sesuai perkembangan dan jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku masyarakat dalam berbelanja melalui jaringan *e-business* dikarenakan akses luas, mudah, fleksibel, dan serba cepat. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis online karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang dekat maupun yang jauh, bahkan bisa hingga keluar negeri sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dan volume penjualan kepada perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau kurir adalah PT. Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa disebut dengan PT. JNE. PT. Jasa Nugraha Ekakurir didirikan pada tanggal 26 November 1990. PT. JNE melayani masyarakat dalam urusan jasa kepastian terutama import atas kiriman peka waktu melalui gudang "*Rush Handing*". Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja.

Tolak ukur selanjutnya menggunakan jasa pengiriman barang JNE karena setiap tahunnya JNE selalu terpilih sebagai Top Brand Award dalam kategori jasa kurir Indonesia. Berikut daftar Top Brand Award tahun 2018 pada kategori jasa kurir

Tabel 1. Top Brand Award

MEREK	TBI	PREDIKAT
JNE	45,0%	TOP
J&T	13,9%	TOP
TIK	13,6%	TOP
POS INDONESIA	11,6%	

Sumber: <http://topbrand-award.com/top->

Dari tabel 1.1 di atas JNE menempati peringkat teratas dengan jumlah TBI (*Top Brand Index*) sebesar 45,0% dan mendapat predikat TOP yang berarti merek tersebut layak menyandang predikat *Top Brand Award* dengan kriteria minimum nilai 15%.

Melihat semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman maka untuk dapat mempertahankan eksistensinya setiap perusahaan harus dapat mengembangkan kemampuan keterampilan dan pengetahuannya sehingga dapat menghadapi persaingan yang memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan. Banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah produk. JNE salah satu penyedia jasa yang menawarkan berbagai macam pilihan *product service*, hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan banyak pilihan produk pelanggan bisa memilih *product service* sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain produk untuk memenuhi kepuasan pelanggan juga melihat dari faktor harga dan kualitas pelayanan. pasti akan menambah kepuasan terhadap konsumen. Tapi sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya maka konsumen akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk jasa tersebut dikemudian hari. Faktor kualitas pelayanan juga sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan berbagai aspek diantaranya kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan yang baik, sehingga memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Pondok Gede**".

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Kualitas Produk**

Menurut (Kotler & Amstrong, 2019)“ Mendefinisikan Produk (product) sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan”. Yang mana dapat diartikan pula bahwa segala sesuatu apapun itu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat menarik perhatian bahkan penggunaan yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan dapat diartikan sebagai produk.

Kualitas suatu produk adalah seberapa baik produk itu bisa melaksanakan tugasnya. Kemampuan ini mencakup aspek seperti ketahanan, keandalan, dan akurasi, yang semua itu diperoleh dari seluruh aspek produk.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2019) “Kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bisa didefinisikan sebagai ‘bebas dari kerusakan’. Tetapi sebagian besar Perusahaan berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit ini. Justru, mereka mendefinisikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut (Firmansyah, 2019)menyatakan “Produk adalah sesuatu untuk dipakai, diperhatikan, dikonsumsi atau dimiliki dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan maupun keinginan konsumen, Menurut (Kotler & Keller, 2018) kualitas adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi spesifikasinya. Produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakut dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.

##### **2.1.2 Harga**

Menurut Philip Kotler dalam Suyatno & Anjarsari (2023:91) Harga (price) adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Harga adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang mempunyai peranan penting bahkan sangat menentukan keberhasilan suatu kegiatan pemasaran.

Suparyanto & Rosad (2015:141) secara sederhana pengertian harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Menurut Mc Carty & Perreault dalam Suparyanto & Rosad (2015:142) harga adalah sesuatu yang dikorbankan untuk sesuatu.

Sementara itu menurut Suyatno & Anjarsari (2023:91) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Dari beberapa pengertian para ahli diatas dapat saya simpulkan bahwa harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

##### **2.1.3 Kualitas Pelayanan**

Menurut (Manengal et al., 2021) 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. Sedangkan menurut (Dzikra, 2020)juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategimelibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawaisehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Kotler dan

Armstrong dalam (Nilam Kencana et al., 2020) menjelaskan bahwa jasa merupakan kegiatan atau tindakan yang tidak berwujud namun bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain namun tidak serta merta mempengaruhi kepemilikan pada suatu hal yang relevan pada produk materi ataupun tidak.

Pelayanan adalah menurut (Kotler, 2019) yaitu “ A service any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and doesn't result in the ownership of anything, its production may or may no be a physical product.” Maksudnya yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak pada suatu produk fisik. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan pelanggan akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu. Jika kualitas pelayanan melebihi ekspektasi pelanggan, tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan loyal dan akan terus menggunakan jasa/ layanan maupun produk penjual, sebaliknya jika pelanggan merasa kurang puas dengan produk atau jasa penjual maka mereka akan mencari jasa atau produk yang sesuai dengan standar mereka. Maka dari itu alangkah baiknya jika penjual memaksimalkan sebaik mungkin kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah Kualitas pelayanan merupakan kondisi yang terus berubah yang sangat terkait dengan barang, layanan, tenaga kerja, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melampaui standar kualitas pelayanan yang diharapkan.

#### **2.1.4. Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Kotler & Keller Lane, 2018) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Sedangkan (Tjiptono, 2020) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya. Menurut (Nugraha & Sumadi, 2020), bahwa kepuasan pelanggan berasal dari keadaan psikologis ketika emosi yang terkait dengan harapan konsumen tidak selaras dengan perasaan yang muncul dari penggunaan aktual produk atau layanan.

Sesuai definisi para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelanggan merupakan keadaan yang selalu berubah dan berkaitan dengan barang, pekerja, prosedur dan kegiatan, serta situasi yang dapat memenuhi atau melampaui ekspektasi klien atau pengguna.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Teknik Analisis Data**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil penelitian secara terperinci peneliti sampaikan dibawah ini meliputi karakteristik responden, tanggapan responden, uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis yang meliputi hasil regresi, uji simultan, koefisien determinasi, uji parsial serta pengaruh dominan.

#### 1. Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Produk**

NO	INDIKATOR	$r_{hitung}$	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Produk X1.1	0,789	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
2	Produk X1.2	0,298	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
4	Produk X1.3	0,773	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
4	Produk X1.4	0,709	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
5	Produk X1.6	0,644	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
6	Produk X1.8	0,709	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )

Semua nilai  $r_{hitung}$  yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan Produk valid.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

NO	INDIKATOR	$r_{hitung}$	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Harga X1.1	0,857	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
2	Harga X1.2	0,876	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
3	Harga X1.3	0,799	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
4	Harga X1.4	0,845	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )

Semua nilai  $r_{hitung}$  yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan Harga valid.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

NO	INDIKATOR	$r_{hitung}$	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Pelayanan X1.1	0,332	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
2	Kualitas Pelayanan X1.2	0,61	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
3	Kualitas Pelayanan X1.3	0,773	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
4	Kualitas Pelayanan X1.4	0,608	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
5	Kualitas Pelayanan X1.5	0,773	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
6	Kualitas Pelayanan X1.6	0,636	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )

Semua nilai  $r_{hitung}$  yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan Kualitas Pelayanan valid.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

NO	INDIKATOR	$r_{hitung}$	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kepuasan Pelanggan Y.1	0,574	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
2	Kepuasan Pelanggan Y.2	0,573	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
3	Kepuasan Pelanggan Y.3	0,667	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )
4	Kepuasan Pelanggan Y.4	0,691	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,198$ ( $r_{tabel}$ )

Semua nilai  $r_{hitung}$  yang terdapat dalam kolom *Corrected Item Total Correlation* diatas 0,198 sehingga semua item pernyataan kepuasan pelanggan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

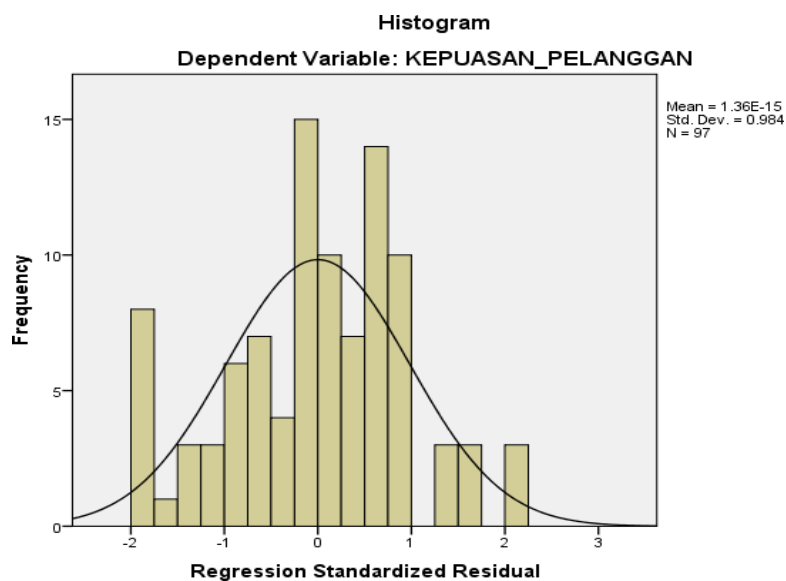
NO	VARIABEL	Cronbach $\alpha$	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Produk	0,848	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Harga	0,933	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Kualitas Pelayanan	0,869	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Kepuasan Pelanggan	0,803	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

Semua nilai cronbach  $\alpha$  diatas 0,600 sehingga semua item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

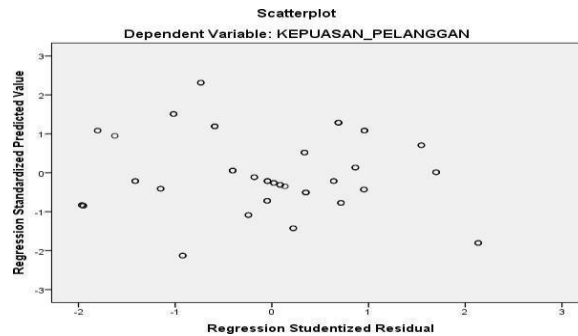
Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Pada grafik histogram di atas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

## 2. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan.

## 3. Uji Multikolinieritas

**Tabel 6. Uji Multikolinieritas**

VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Produk	0,729	> 0,1	1,372	< 5
Harga	0,747	> 0,1	1,338	< 5
Kualitas Pelayanan	0,937	> 0,1	1,067	< 5

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* variabel independen yang ada diatas 0,1, serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

### Hasil Uji Hipotesis

#### 1. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 7. Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	24.699	.563				4.580
PRODUK	.096	.052	.133	.849	.680	.729	1.372
HARGA	-.637	.074	-.600	-8.519	.000	.747	1.338
KUALITAS_PELAYANAN	.263	.054	.300	4.779	.000	.937	1.067

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 24.699 + 0,096X_1 + 0,637X_2 + 0,263X_3$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 24.699 yang berarti jika variabel produk, harga dan kualitas pelayanan dianggap nol maka variabel kepuasan pelanggan hanya sebesar 24.699.
- Koefisien regresi variabel produk diperoleh nilai sebesar 0,096 yang berarti jika variabel produk mengalami kenaikan 1 satuan sementara variabel harga dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,096.
- Koefisien regresi variabel harga diperoleh nilai sebesar 0,637 yang berarti jika variabel harga mengalami kenaikan 1 satuan sementara variabel produk dan kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,637.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 0,263 yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan sementara variabel produk dan harga diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,263.

## 2. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis ini menggunakan statistik F untuk menyimpulkan hasil uji penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 8. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	370.168	3	123.388	56.790	.000 <sup>b</sup>
	Residual	202.067	93	2.173		
	Total	572.227	96			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 56,790 sementara itu nilai Ftabel yang dilihat pada Tabel Nilai untuk Distribusi F adalah 2,70. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai F hitung = 56,790 > dari Ftabel = 2,70. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.

## 3. Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

**Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 <sup>a</sup>	.647	.635	1.47401

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,635 atau 63,5 %. Ini berarti bahwa variabel independen berupa produk, harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede sebesar 63,5% sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya lokasi, diskon harga, promosi dan lain sebagainya.

#### 4. Hasil Uji T Parsial

Tabel 10. Hasil Uji t

VARIABEL	t		Sig.		AN KESIMPUL
	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Produk	0.849	<1,660	0,680	>0,05	Berpengaruh signifikan
Harga	8.519	>1,660	0,000	<0,05	Berpengaruh signifikan
Kualitas Pelayanan	4.779	>1,660	0,000	<0,05	Berpengaruh signifikan

Guna menentukan  $H_0$  maupun  $H_1$  yang ditolak atau diterima maka nilai  $t_{hitung}$  di atas dapat dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 2,056. Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede karena  $t_{hitung}(0,849) < t_{tabel}(1,660)$  serta nilai signifikansinya di atas 0,05.
- Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede karena  $t_{hitung} (8,519) > t_{tabel}(1,660)$  serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.
- Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena  $t_{hitung} (4,779) > t_{tabel}(1,660)$  serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **Simpulan**

Sesuai latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih ditemui kendala di JNE Agen Agen Pondok Gede.khususnya mengenai kepuasan pelanggan sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel produk, harga dan kualitas pelayanan maka permasalahan tersebut setidaknya mulai terjawab. Dari ketiga variabel independent yang digunakan, terdapat dua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede yaitu harga dan kualitas pelayanan.Sedangkan variabel independen lainnya yaitu produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede.

Tidak berpengaruhnya variabel produk terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede kemungkinan besar disebabkan karena umumnya pelanggan memang tidak berkepentingan atas variabel produk dan mungkin produk yang ditawarkan oleh pihak JNE sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan. Bagi pelanggan JNE Agen Pondok Gede produk tidaklah penting, bagi mereka harga dan kualitas pelayanan yang lebih penting oleh sebab itu harga dan kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede. Hal ini memang sering terjadi, dimana pada umumnya masyarakat akan merasa puas jika harga yang murah dan kualitas pelayanan nya sangat baik. Karena harga yang murah dan kualitas pelayanan yang sangat baik maka masyarakat akan menggunakan jasa tersebut berulang kali dan konsumen akan tahu apa saja keunggulan yang diberikan oleh pihak JNE Agen Pondok Gede khususnya yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede.

Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede hal ini dapat dilihat dari hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung} = 8.519$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,660$  , maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede.dipengaruhi oleh variabel harga. harga terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa indikator yaitu harga yang terjangkau,harga bersaing, harga sesuai kualitas dan harga sesuai manfaat. Pengaruh dari indikator harga yang terjangkau ditunjukkan dengan, sebanyak 49% responden menjawab setuju dan 38% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,25 (sangat setuju) Hal ini menunjukkan

bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika harga terjangkau JNE Agen Pondok Gede.

Pengaruh dari indikator harga bersaing ditunjukkan pihak JNE memberikan harga yang bersaing dengan kompetitor ditunjukkan dengan responden menjawab 49 % setuju dan 41% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,31 (sangat setuju). Untuk itu Berarti dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa harga bersaing JNE Agen Pondok Gede.

Pengaruh dari indikator harga sesuai kualitas dan manfaat ditunjukkan dengan responden menjawab 64% setuju dan 24% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,11 (setuju). Untuk Berarti dalam hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa harga sesuai kualitas JNE Agen Pondok Gede. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede, hal ini dapat dilihat dari hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung} = 4,779$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,660$ , maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa indikator yang berupa bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Pengaruh dari indikator keandalan dapat dilihat dari pihak JNE memberikan layanan yang cepat dalam penanganan transaksi secara tepat dan teliti. Pengaruh dari indikator jaminan menunjukkan bahwa pihak JNE dalam memberikan layanan berupa keamanan dan keselamatan akan barang memberikan kepuasan kepada konsumen, sedangkan pengaruh dari indikator daya tanggap ditunjukkan dengan pihak JNE memberikan pelayanan yang ramah, siap dan cepat.

Dengan melihat uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa produk tidak secara otomatis akan meningkatkan kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede. Ada titik tertentu dimana produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan namun jika ada titik tertentu dimana produk tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman, JNE Agen Pondok Gede harus mampu menganalisa dan melihat hal tersebut dengan baik.

## **Saran**

Sesuai dengan uraian-uraian di atas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil simpulan, sebagai berikut:

1. Secara simultan produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Agen Pondok Gede
2. Secara parsial produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.
3. Secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.
4. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Agen Pondok Gede.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung. CV Alfabeta
- Assauri, S.(2012). *Strategic Marketing*. Cetakan satu, Edisi Satu.Depok. Raja Grafindo perda.
- Daryanto,Setyobudi,Ismanto.(2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Malang. RajaGrafindo perda.
- Farida, Jasfar. (2005). *Manajmen jasa* . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas pelayanan publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ginting, Paham dan Situmorang. (2008). *Filsafat Ilmu dan Metode Riset*. Medan:USU Press.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi AnalisisMultivariate Dengan Program IBM SPSS (Edisi 8)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 8 Jilidi 2*. Jakarta :Erlangga.
- Kotler,Philip and Gary Amstrong.(2001). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler.Philip.(2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium Jilid 1*. Jakarta : Phehallindo
- M, Arod, Mas . (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Kota Bandar Lampung. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.Yogyakarta.Tidak Dipublikasikan.
- Ristawati. (2017). Pengaruh Keandalan, Ketanggapan, Keyakinan, Empati, dan Wujud Nyata Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Amadine Wisata Utama Jakarta. Skripsi. STIE Gici Business School Depok. Tidak Dipublikasikan.
- Ruslan , Muhamad. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Informa Furnishing Warung Jambu Bogor . Skripsi. STIE Gici Business School Depok. Tidak Dipublikasikan.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT.Buku.
- Sugiyono. (2015) . *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta .
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung:CV Alfabeta .
- Sunyoto, Danang . (2014). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT RefikaAditama Anggota Ikapi.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Jasa* .Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.(2012). *Manajemen Strategic*.Yogyakarta :ANDI.
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Unardjan, Dominikus. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : UniversitasAtma Jaya .
- Yunita, Dina. (2017). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Arison Interior Furniture. Skripsi. STIE Gici Business School Bogor. Tidak Dipublikasikan.
- <http://topbrand-award.com/top-brand-survey>, (2018).Diakses pada 17 Maret 2019
- <http://www.jne.co.id>. Diakses pada 8 Juli 2019.