

## ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN

**Diah Pranitasari<sup>1</sup>**  
**Muhamad Fachroji<sup>2</sup>**  
**Ginangjar Syamsur<sup>3</sup>**  
**Dwi Windu Suryono<sup>4</sup>**  
**Muhammad Natser Abdoellah<sup>5</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta<sup>1,2,3,4,5</sup>  
[nitadpranitasari@gmail.com<sup>1</sup>](mailto:nitadpranitasari@gmail.com)  
[fachroji232@gmail.com<sup>2</sup>](mailto:fachroji232@gmail.com)  
[ginangjar.syamsuar@stei.ac.id<sup>3</sup>](mailto:ginangjar.syamsuar@stei.ac.id)  
[d.windu@ymail.com<sup>4</sup>](mailto:d.windu@ymail.com)  
[mnatsera@gmail.com<sup>5</sup>](mailto:mnatsera@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara, Populasi dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu incidental sampling dengan sampel sebesar 111 pelanggan. Hasil menunjukkan kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kepercayaan dan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of trust, price, and service quality on customer satisfaction at PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline North Jakarta. The population in this study used a non-probability sampling technique, namely incidental sampling with a sample of 111 customers. The results show that trust, price, and service quality simultaneously have a significant effect on customers. Service quality partially affects the customer's goal of trust and price partially has no effect on the customer's goal.*

**Keywords:** Trust, Price, Quality of Service, Customers.

### PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dunia usaha telah menciptakan banyak produk, barang dan jasa yang memberikan berbagai keunggulan dan keunikan dari setiap produk, barang dan jasa. Oleh karena itu, pelanggan memiliki banyak pilihan saat menggunakan produk, barang, dan layanan yang disediakan oleh produsen. Salah

satu produsen yang menawarkan berbagai macam produk, barang dan jasa serta berbagai pilihan produk, barang dan jasa adalah salah satu jasa pengiriman di Indonesia yaitu PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir didirikan pada tahun 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani masyarakat dalam urusan jasa kepastian terutama import atas kiriman waktu melalui gudang, kecepatan dan keandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat JNE semakin kredibel di mata pelanggan dan mitra bisnis. Dengan meningkatnya peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri, perkembangan teknologi informasi, dan berkembangnya berbagai inovasi produk, kinerja JNE semakin tumbuh juga berkembang di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia. Peluang yang berkembang ini mendorong JNE untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini, titik layanan JNE telah menjangkau lebih dari 6.000 lokasi dan masih terus berkembang, dengan lebih dari 40.000 karyawan, hal ini dilakukan selama ini oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir semata-mata hanya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan setia PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang diperoleh seseorang dengan membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapannya, puas atau tidaknya pelanggan sebenarnya tergantung pada kinerja produk (Perceived Performance) dibandingkan dengan harapan pelanggan, dan apakah pelanggan menjelaskan penyimpangan atau kesenjangan antara kinerja dan harapan, jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan akan tidak puas dan apabila kinerjanya seperti yang diharapkan maka dia akan puas, pada saat yang sama pelanggan sangat puas atau bahkan senang jika kinerjanya melebihi harapan (Tjiptono, 2016:23).

Dari beberapa perusahaan jasa yang dikenal masyarakat, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara merupakan salah satu penyedia jasa pengiriman yang cukup terkenal. Dalam perusahaan khususnya di bidang jasa pengiriman paket, kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan utama, kunci utama memenangkan persaingan dalam suatu perusahaan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan produk dan layanan yang berkualitas (Novia & Sutrisna, 2017:2)

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain faktor kepercayaan, yang mencerminkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara dalam mengirimkan atau mengantar paket pelanggan. Selanjutnya faktor harga yang dapat mempengaruhi konsumen agar memakai jasa PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara, yang terakhir yaitu faktor kualitas pelayanan yang dapat mencerminkan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara dalam hal kualitas pelayanannya kepada pelanggan.

Faktor yang pertama yaitu kepercayaan, kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2017:116), sedangkan menurut Priansa (2017:78) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Kepercayaan merupakan suatu persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan atas pengalaman yang digunakan konsumen dalam proses pengiriman barang, hal ini menuntut PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan memaksimalkan proses pengiriman barang tepat waktu dan kondisi barang sampai ke tangan konsumen.

Faktor yang kedua yaitu faktor harga, harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Armstrong, 2016:42), sedangkan menurut Swastha (2016:17) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga menjadi faktor penting dalam pemilihan jasa pengiriman oleh konsumen hal ini menuntut PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara untuk memaksimalkan pengiriman agar konsumen merasa puas.

Harga merupakan masalah bagi konsumen yang memilih layanan pengiriman, dengan konsumen memilih harga yang terjangkau serta perkiraan waktu pengiriman yang cepat. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara menawarkan berbagai layanan pengiriman, serta layanan estimasi pengiriman.

Berdasarkan perbandingan harga dan layanan pengiriman dengan pesaingnya, terlihat PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara memiliki keunggulan dari segi harga dan juga layanan pengiriman dibanding Sicepat. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara memiliki layanan pengiriman yaitu reguler service dengan ongkos kirim Rp 9.000 dengan estimasi pengiriman 1-2 hari, sedangkan Sicepat dengan layanan pengiriman reguler service sebesar Rp. 10.000 dengan estimasi pengiriman 1-2 hari, selain itu PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir mempunyai layanan pengiriman yakin esok sampai yaitu paket akan sampai 1 hari setelah tanggal pengiriman.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paris et al., (2020) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel, hasil dari penelitian ini yaitu harga yang murah dan tarif sesuai dengan yang diinginkan konsumen, serta nilai koefisien yang positif pada variabel persepsi harga. Variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen JIA Travel Pammanu.

Faktor yang ketiga yaitu kualitas pelayanan, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian keunggulan itu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2016:67), sedangkan menurut Kasmir (2017) kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Kemajuan suatu perusahaan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara harus fokus pada standar kualitas yang diberikan kepada pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga perusahaan dapat dengan mudah memperoleh kepuasan pelanggan karena memungkinkan pelanggan untuk tetap berpegang pada layanan.

Berdasarkan total kiriman PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan, pada tahun 2021 total kiriman lebih besar dari total kiriman 2020, namun pada bulan April hingga September tahun 2021 mengalami penurunan. Hal tersebut menuntut PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara untuk meningkatkan kepercayaan, harga, serta kualitas pelayanan sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan,

Banyak sekali berbagai jenis jasa pengiriman di Indonesia dari jasa pengiriman kecil maupun jasa pengiriman besar yang sudah dikenal dikalangan masyarakat, seperti JNT, Wahana, Ninja Express. Persaingan jasa pengiriman yang ketat mengakibatkan kemajuan yang makin terasa. Dalam melakukan pengiriman biasanya pelanggan mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi mereka dalam memilih jasa pengiriman yang baik.

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan bukan penelitian yang baru, telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya Mahendra & Indriyani (2018) yang meneliti mengenai pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, Triandah et al. (2017) meneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, Triandah, Pranitasari, & Rahmansari (2017) meneliti analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Studi Kasus Pada Soerabi Bandung Enhaii Cabang Rawamangun), Pranitasari & Prawira (2020) meneliti analisa kepuasan penumpang disabilitas di kereta rel listrik Jakarta, Pranitasari (2017) meneliti pengaruh celebrity endorser dan promosi penjualan terhadap keputusan konsumen membeli produk (studi kasus pada produk Dr. Ricks Denim), dan Pranitasari et al. (2019) meneliti tentang pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi Customer Relationship Management terhadap loyalitas pelanggan pada masa pandemi, Pranitasari & Sidqi (2021) meneliti analisis kepuasan pelanggan elektronik shopee menggunakan metode e-service quality dan kartesius, Ismail dan Yusuf (2021) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor indihome gegerkalong di kota Bandung. Tetapi dari penelitian-penelitian tersebut belum ada penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara.

Berdasarkan permasalahan di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara dan pemaparan di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (Perceived Performance) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah di bandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia (Tjiptono, 2016:23). Sedangkan menurut Sudaryon (2018:17)

kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang, dan juga menurut Kotler dan Keller, (2016:23) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2017:116), sedangkan menurut Priansa (2017:78) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Menurut Kotler & Kelle (2016:223) kepercayaan konsumen adalah sebagai berikut: *Trust is the willingness of a firm to rely on a business partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as the firm's perceived competence, integrity, honesty and benevolence*, yang berarti Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Itu tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran dan kebajikan.

### **Harga**

Harga adalah sejumlah uang yang diperlukan untuk ditukar dengan berbagai kombinasi barang atau jasa, sehingga harga harus dikaitkan dengan berbagai barang dan jasa atau jasa yang pada akhirnya akan sama dengan produk atau jasa tersebut. Setiap transaksi perdagangan dapat dipandang sebagai pertukaran mata uang, yaitu harga sesuatu, dan harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk memperoleh barang dan jasa yang dijual oleh penjual.

Harga adalah unit moneter atau ukuran lain (termasuk barang dan jasa) yang ditukar dengan kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa. (Tjiptono, 2016:24) mengemukakan harga didefinisikan sebagai nilai suatu barang atau jasa, diukur sebagai jumlah yang didasarkan pada nilai yang bersedia diberikan oleh seseorang atau perusahaan kepada pihak lain untuk barang atau jasa yang dimilikinya. (Stanton, 2016:41) juga mengemukakan bahwa harga adalah jumlah (mungkin ditambah beberapa barang dagangan) yang diperlukan untuk memperoleh nilai suatu dari produk tertentu dan layanan yang menyertainya. Sedangkan menurut Alma (2018:19) menyatakan penetapan harga adalah keputusan tentang harga yang akan diikuti selama periode waktu tertentu.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016:67), sedangkan menurut Pranitasari et al. (2022) kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Menurut Kotler & Keller (2016:29) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang

diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2017:116). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahendra & Indriyani (2018) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo, hasil dari penelitian ini yaitu bahwa terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi adanya pengaruh kepercayaan pelanggan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

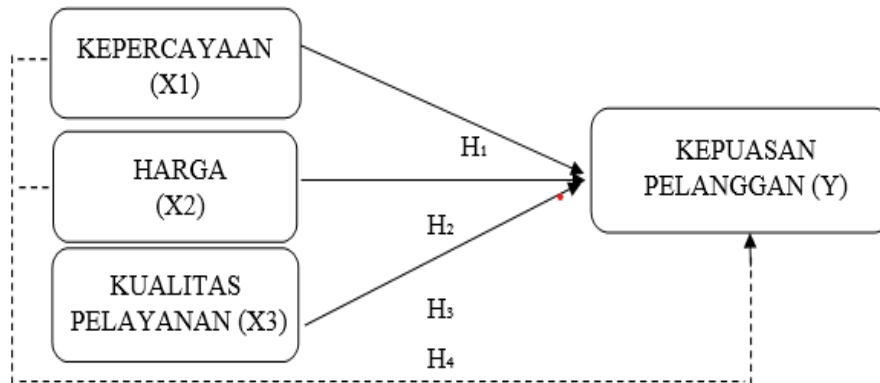
Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Armstrong, 2016:42). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Paris et al., 2020) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel, hasil dari penelitian ini yaitu bahwa harga sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, harga tiket yang di berikan lebih murah dengan pesaingnya, nilai koefisien positif pada variabel persepsi harga memberikan arti bahwa harga yang diberikan oleh JIA Travel Pammanu memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa harga yang diberikan JIA Travel Pammanu sudah sesuai dengan harapan konsumen sebagai pengguna jasa.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016:67). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ismail & Yusuf, 2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung, hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan (X) secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kemudian Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh sebesar 67,3% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sedangkan 32,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

### **Kerangka Konseptual**

Berdasarkan landasan teori dibangun kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian maka di bentuk hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan.
- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilaksanakan di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara. Sampel penelitian ini adalah sebesar 111 pelanggan dan juga bersedia untuk mengisi dan menjawab kuisisioner yang telah diberikan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *incidental sampling*, yaitu siapa aja yang secara kebetulan mengirimkan paket akan dijadikan sampel yaitu sebesar 111 responden. Peneliti menggunakan data primer yaitu secara langsung melalui kuisisioner yang diberikan kepada pelanggan di lapangan untuk melakukan penelitian ini terdapat tabel operasionalisasi dengan pendekatan analisis statistik. Pemberian Skor menggunakan teknik *skala likert* dalam kuisisioner penelitian ini. Data-data yang berhasil diperoleh, kemudian dikerjakan dan diolah dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Deskripsi Responden**

Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan metode kuisisioner yang diberikan kepada 111 pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara dari populasi 153 pelanggan. Ada tiga tabel data responden, yaitu:

**Tabel 1**  
**Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	72	65%
2	Perempuan	39	35%
	Jumlah	111	100%

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui jika sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah responden sebanyak 72 pelanggan dengan persentase 65% dan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 39 pelanggan dengan persentase 35%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan jika sebagian besar pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara berjenis kelamin laki-laki. Jumlah laki-laki lebih banyak karena yang kita ketahui untuk pengusaha dan juga seorang pemimpin disuatu keluarga adalah laki-laki, hal ini memungkinkan lebih banyak laki-laki dibanding perempuan dalam persentase ini dan juga untuk perempuan lebih memilih mengurus rumah tangga serta anak-anaknya dirumah.

**Tabel 2**  
**Data Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
25 – 29 Tahun	58	52%
30 – 45 Tahun	32	29%
>45 Tahun	21	19%
Jumlah	111	100%

Sumber: Data yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2. dapat diketahui jika sebagian besar responden berusia 25-29 tahun berjumlah 58 orang dengan persentase 52% responden, responden yang berusia 30-45 tahun berjumlah 32 orang dengan persentase 29%, responden yang berusia lebih dari 45 tahun berjumlah 21 orang dengan persentase 19%. Berdasarkan dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara berusia 25-29 tahun, usia pelanggan 25-29 tahun merupakan usia yang produktif dan ideal, dimana pada usia itu banyak pelanggan yang memiliki usaha yang berkembang serta memiliki inovasi untuk mengembangkan usahanya.

**Tabel 3**  
**Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA-Sederajat	79	71%
Diploma	14	13%
S1	18	16%
S2-S3	0	0%
Jumlah	111	100%

Sumber : Data yang diolah tahun 2022



Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui jika sebagian besar responden adalah SMA/SMK yang berjumlah 79 responden dengan persentase 71%, kemudian jumlah responden yang memiliki pendidikan Diploma (D3) sebesar 14 responden dengan persentase 13%, jumlah responden yang memiliki pendidikan akhir Sarjana (S1) sebesar 18 responden dengan persentase 16%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan jika sebagian besar pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK, kebanyakan para pelaku usaha dan UKM memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK, dan untuk pendidikan yang lainnya lebih banyak bekerja dikantor.

### Uji Validitas

Suatu item pertanyaan disebut valid, apabila mampu melakukan pengukuran sesuai dengan apa yang seharusnya diukur. Suatu model yang dikatakan valid apabila tingkat  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka bukti pertanyaan tersebut dikatakan valid. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dari beberapa variabel antara lain kepercayaan, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan jumlah responden  $df = (n-2) 111-2 = 109$  dan  $r$ -tabel sebesar 0,186 (dapat dilihat pada tabel r).

### Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Uji Validitas Variabel Kepercayaan dapat dilihat table 4 dibawah ini.

**Tabel 4**  
**Rangkuman Validitas Variabel Kepercayaan (X1)**

Pernyataan	Kepercayaan		
	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.942	0,186	Valid
2	0.662		Valid
3	0.915		Valid
4	0.918		Valid
5	0.409		Valid
6	0.283		Valid

Sumber : Data Olahan, 2022

Dari tabel 4. diatas diperoleh hasil untuk variabel kepercayaan (X1) yang memiliki 6 pertanyaan diketahui bahwa  $r$  hitung memiliki nilai yang lebih besar dari pada  $r$  tabel 0,186. Dapat disimpulkan bahwa ke-6 butir pernyataan tersebut semua butir pernyataan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu sebesar 0,186. Butir yang memiliki validitas tertinggi ialah 0,942 dan yang terendah adalah 0,283.

### Uji Validitas Variabel Harga

Uji Validitas Variabel Harga dapat dilihat pada table 5 dibawah ini.

**Tabel 5**  
**Rangkuman Validitas Variabel Harga (X2)**

Pernyataan	Harga		
	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.941	0,186	Valid
2	0.709		Valid
3	0.531		Valid
4	0.759		Valid
5	0.941		Valid

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel 5. diatas diperoleh hasil untuk variabel harga (X2) yang memiliki 5 pertanyaan diketahui bahwa r hitung memiliki nilai yang lebih besar dari pada r tabel 0,186. Dapat disimpulkan bahwa 5 butir pernyataan tersebut adalah valid karena r hitung > r tabel yaitu sebesar 0.186. Butir yang memiliki validitas tertinggi ialah 0,941 dan yang terendah adalah 0,531.

#### Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada table 6 dibawah ini :

**Tabel 6.**  
**Rangkuman Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

Pernyataan	Kualitas Pelayanan		
	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.945	0,186	Valid
2	0.569		Valid
3	0.407		Valid
4	0.708		Valid
5	0.945		Valid
6	0.552		Valid
7	0.945		Valid
8	0.708		Valid
9	0.945		Valid

Sumber : Data Olahan, 2022

Dari tabel 6. diatas diperoleh hasil untuk variabel kualitas pelayanan (X3) yang memiliki 9 pertanyaan, semua memiliki nilai yang lebih besar dari pada r tabel. Dapat disimpulkan bahwa 9 butir pernyataan tersebut adalah valid karena r hitung > r tabel yaitu sebesar 0.186. Butir yang memiliki validitas tertinggi ialah 0,945 dan yang terendah adalah 0,407

### Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada table 7 dibawah ini :

**Tabel 7**  
**Rangkuman Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pernyataan	Kepuasan Pelanggan		
	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.660	0,186	Valid
2	0.818		Valid
3	0.429		Valid
4	0.345		Valid
5	0.825		Valid
6	0.753		Valid
7	0.803		Valid

Sumber : Data Olahan, 2022

Dari tabel 7. diatas diperoleh untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) yang memiliki 7 pertanyaan, semua r hitung semua memiliki nilai yang lebih besar dari pada r tabel. Dapat disimpulkan bahwa 7 butir pernyataan tersebut valid karena r hitung > r tabel yaitu sebesar 0.186. Butir yang memiliki validitas tertinggi ialah 0,825 dan yang terendah adalah 0.345.

### Uji Reliabilitas

Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach alpha untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Uji reabilitas dapat dilihat dari Cronbach's koefisien alpha dengan dasar pengambilan keputusan adalah jika Cronbach's alpha > 0,60 maka dapat diterima atau dipercaya, sebaliknya jika Cronbach's alpha < 0,60 maka tidak dapat diterima atau dipercaya. Hasil uji reabilitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 8**  
**Rangkuman Uji Reabilitas**

Variabel	Nilai Reabilitas	Kesimpulan
Kepercayaan	0.823	Reliabel
Harga	0.816	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.906	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.782	Reliabel

Sumber : Data Olahan, 2022

Berdasarkan pada tabel 8. hasil uji reabilitas diatas nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel kepercayaan, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel reliabel karena memenuhi minimal koefisien.

### Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi antar variable bebas ( variable kepercayaan, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada table 9, 10, 11 dibawah ini :

**Tabel 9**  
**Koefisien Korelasi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Correlations				
			Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Kepercayaan	Correlation Coefficient	1.000	.071
		Sig. (2-tailed)	.	.460
		N	111	111
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	.071	1.000
		Sig. (2-tailed)	.460	.
		N	111	111
Correlation is not significant at the 0.460 level (2-tailed).				

Sumber : Hasil olahan Data SPSS, 2022

Berdasarkan pada tabel 9. didapatkan nilai korelasi sebesar 0,071 artinya kepercayaan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dengan tingkat hubungan sangat rendah karena berada di interval koefisien 0,00 – 0,199, dan koefisien korelasi tidak berpengaruh signifikan.

**Tabel 10**  
**Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Correlations				
			Harga	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1.000	.139
		Sig. (2-tailed)	.	.145
		N	111	111
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	.139	1.000
		Sig. (2-tailed)	.145	.
		N	111	111
Correlation is not significant at the 0.145 level (2-tailed).				

Sumber : Hasil olahan Data SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 10. didapat nilai korelasi sebesar 0,139 artinya harga dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif dengan tingkat sangat rendah, karena berada di interval koefisien 0,00 – 0,199 koefisien korelasi tidak berpengaruh signifikan

**Tabel 11**  
**Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Correlations				
			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.322**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	111	111
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	.322**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	111	111

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil olahan Data SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel 11. didapat nilai korelasi sebesar 0,322 artinya kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif dengan tingkat rendah, karena berada di interval koefisien 0,20 – 0,399. koefisien korelasi dinyatakan signifikan,

### Uji Koefisien Korelasi Berganda

Uji Koefisien Korelasi Berganda dapat dilihat table 12 dibawah ini.

**Tabel 12. Hasil Uji Korelasi Berganda**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.428 <sup>a</sup>	.183	<b>.160</b>	2.872	.183	7.980	3	107	.000

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

Sumber : Hasil olahan Data SPSS, 2022

Dari tabel 12. diketahui nilai Sig. F Change  $0.000 < 0,05$ , dapat disimpulkan secara simultan adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dan dari nilai r square didapat

nilai 0,160, dapat disimpulkan tingkat hubungan antara kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki hubungan sebesar 16% terhadap kepuasan pelanggan.

### Koefisien Determinasi

Hasil Koefisien Determinasi dapat dilihat pada table 13 dibawah ini .

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Variabel	Koefisien Determinasi (r <sup>2</sup> )
X1	0,5
X2	1,9
X3	10,3
X1, X2, X3, dengan Y	16

Sumber : Data Olahan, 2022

Dari tabel 13. diperoleh jumlah besaran koefisien determinasi pada X1 sebesar 0,5, hasil ini menerangkan besaran pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,5%. Dari tabel tersebut juga didapat besaran koefisien determinasi pada X2 sebesar 1,9 hasil ini menunjukkan terdapat pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 1,9%. Pada variabel X3 didapatkan besaran koefisien determinasi 10,3 dari hasil tersebut terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 10%.

Untuk hasil koefisien determinasi simultan 16. Dapat disimpulkan besaran pengaruh dari variabel independen (Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan) dengan variabel dependen Kepuasan Pelanggan 16% sisanya sebesar 84% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam model penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara. Tidak berpengaruh signifikan mempunyai arti bahwa setiap peningkatan nilai Kepercayaan tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara. Tidak berpengaruh signifikan mempunyai arti bahwa setiap peningkatan nilai Harga tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara. Pengaruh signifikan mempunyai arti bahwa setiap peningkatan nilai Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

4. Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara

### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian yang penulis lakukan, maka penulis memberikan saran khususnya kepada pihak PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara, yaitu hendaknya perusahaan dalam menjaga loyalitas pelanggan, lebih memfokuskan pada kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan, sehingga dengan memperhatikan tiga aspek tersebut diharapkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan, adapun hal yang perlu diperhatikan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara:

1. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan dan kecepatan layanan serta keandalannya agar dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara segera melakukan evaluasi serta riset terhadap harga agar harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pelayanan yang diberikan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara perlu dipertahankan serta ditingkatkan agar pelanggan semakin puas serta percaya terhadap kualitas pelayanan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Temasline Jakarta Utara.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Armstrong, K. (2016). *Marketing An Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. Pearson Education, Inc.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1124–1135.
- Kasmir. (2017). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 Dan 2. Erlangga.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Mowen, J., & Minor, M. (2017). *Perilaku Konsumen*, (Jilid 1) Edisi Ketujuh. Erlangga.
- Novia, H. E., & Sutrisna, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Di Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4, 1–15.
- Paris, Y., Rahman, S., & Rahmawati, D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel. *Bongaya Journal For Research In Management (Bjrm)*, 3(2), 21–27. <https://doi.org/10.37888/Bjrm.V3i2.239>
- Pranitasari, D. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk (Studi Kasus Pada Produk Dr. Ricks Denim). *Jurnal Stei Ekonomi*, 25(2), 23–33. <https://doi.org/10.36406/Jemi.V25i2.98>
- Pranitasari, D., & Prawira, S. A. (2020). Analisa Kepuasan Penumpang Disabilitas

- Di Kereta Rel Listrik Jakarta. *Media Manajemen Jasa*, 8(2), 12–22.  
[Http://Journal.Uta45jakarta.Ac.Id/Index.Php/Mmj/Article/View/4397/1723](http://Journal.Uta45jakarta.Ac.Id/Index.Php/Mmj/Article/View/4397/1723)
- Pranitasari, D., Reynaldi, R., Syamsuar, G., & Suryono, D. W. (2022). Analisis Perbandingan Tingkat Usabilitas, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Aplikasi Online Shop Terhadap Kepuasan Belanja Online (Studi Kasus Pada Tokopedia Dan Shopee). *Media Manajemen Jasa*, 10(1), 14–31.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02).  
<https://doi.org/10.36406/Jam.V18i02.438>
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Saodah, E. S., & Harini, S. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi. *Visionida*, 8(1), 34–49.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Stanton, W. (2016). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. PT.Rajadrafindo Persada.
- Swastha, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pelanggan ( Studi Kasus Pada Pelanggan D ' Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan )*. 26(01), 105–122.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Rahmanasari, T. E. (2017). Pada Soerabi Bandung Enhaii Cabang Rawamangun). *Internasional & Nasional*, 20(1), 26–42.  
[www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)