

KONTRIBUSI KECEPATAN LAYANAN DAN TARIF TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT.JNE KONTER PERAK TIMUR

Uchti Sani

Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Unesa,
Kampus Ketintang Surabaya,
Email : sanicherys@yahoo.co.id

Parjono

Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Unesa,
Kampus Ketintang Surabaya,

ABSTRAK

Kecepatan layanan dan tarif yang terjadi akan berkontribusi pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi kecepatan layanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur. Kecepatan layanan di PT.JNE konter Perak Timur mencakup kecepatan petugas dalam menangani konsumen di dalam konter maupun waktu penyampaian barang kiriman. Tarif yang digunakan tergantung jenis barang yang dikirim, volume/berat barang, dan tujuan pengiriman barang. Penelitian ini merupakan penelitian survei kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier ganda melalui uji-F dan uji-t yang digunakan untuk mengetahui apakah kecepatan layanan dan tarif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.. Penelitian ini menggunakan *proporsional random sampling* dengan jumlah responden 186 konsumen yang mengirim barang di PT.JNE konter Perak Timur. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for windows versi 16.0*. Kondisi kecepatan layanan dan tarif dikategorikan tinggi yang artinya kepuasan konsumen di PT.JNE konter Perak Timur tinggi.

Hasil yang didapat menunjukkan bahwa kecepatan layanan dan tarif berkontribusi positif signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur. Nilai Adjust R square = 0,576 berarti 57,6% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sisanya 42,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : kecepatan layanan, tarif, kepuasan konsumen

Fast service and tariff will give significant contribution to the customer satisfaction. The objective of this study is to determine the contribution of fast service and tariff to the customer satisfaction at PT. JNE Perak Timur. The fast service of PT. JNE Perak Timur include fast in handling the customers in the counter and the time of shipment delivery. The shipment costing depends on the type of goods, the volume or weight of the goods, and the shipping destination. This study applied quantitative research method approach. The technique of data analysis used multiple linear regression analysis by using F-test and t-test to determine whether the fast service affects the costumer satisfaction. This study used a proportional random sampling with the total respondents 186 costumers of PT. JNE Perak Timur. The testing used software SPSS version 16.00 Windows version. The result showed that the fast service and tariff categorized as high, which means that the customer satisfaction in PT. JNE counter Perak Timur is high. The results showed that the fast service and tariff give positive contribution significantly to the satisfaction of customer of PT.JNE Perak Timur. The value of Adjust R square = 0.576 means 57.6% customer satisfaction can be explained by the independent variables in this study and the rest, 42.4% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: fast service, tariff, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat terhadap jasa ekspedisi, menyebabkan perusahaan ekspedisi berlomba-lomba memberikan layanan yang memuaskan pelanggan. Layanan yang diberikan tergantung pada kinerja petugas yang dilakukan oleh individu penyedia jasa. Setiap perusahaan mempunyai suatu standar layanan yang terdiri dari persyaratan layanan, waktu layanan, prosedur layanan dan biaya sehingga petugas layanan memaksimalkan layanan yang diberikan kepada konsumen.

Raharjo Adisasmita (2010) menjelaskan bahwa kualitas layanan jasa transportasi meliputi cepat, aman, cukup, frekuensi, teratur, bertanggung jawab dan murah. Kecepatan layanan dimulai dari penerimaan barang oleh karyawan hingga pengiriman barang ke tempat tujuan. Christopher Lovelock (2007) menjelaskan bahwa sebagian besar atau bahkan semua konsumen merasa jenuh dan malas untuk menunggu jika terjadi antrian yang panjang, kapasitas ruang tunggu yang kecil serta layanan karyawan yang kurang cepat. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menanggulangi yaitu dengan cara mempercepat layanan atau dengan menambah kapasitas pelayanan misalnya menambah jumlah karyawan *front line* dan memperbaiki sistem antrian.

Christopher Lovelock (2007) orang-orang tidak suka membuang-buang waktu untuk kegiatan yang tidak produktif. Biaya-biaya yang diinginkan karena menunggu akan mengurangi

nilai dari suatu jasa dan mungkin akan disamakan dengan kualitas yang rendah.

Perusahaan ekspedisi yang sudah mempunyai sarana dan prasarana modern, mengganti pencatatan nomer resi secara manual menjadi komputerisasi. Pencatatan komputerisasi, bertujuan untuk mempercepat proses layanan yang diberikan kepada konsumen. H.M.N. Nasution (2004) menjelaskan bahwa kegagalan perusahaan angkutan untuk menepati waktu penyerahan barang, berpengaruh besar terhadap pemilihan atas perusahaan tersebut. Konsumen akan mengevaluasi kinerja perusahaan setelah menggunakan jasa perusahaan tersebut. Pengiriman barang yang cepat sampai ke tempat tujuan, konsumen akan memberikan persepsi positif terhadap jasa ekspedisi tersebut

Hasil penelitian Setyaningsih Sri Utami (2009) menunjukkan bahwa kecepatan layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Layanan ini berupa kecepatan, keramahan, dan kehandalan petugas dalam menangani konsumen. Hasil penelitian Ahmad Zulkarnaen (2010) menunjukkan bahwa kecepatan layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kecepatan perusahaan ekspedisi menanggapi keluhan, kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pengurusan klaim dari pelanggan jika paket rusak atau hilang atau terlambat, kecepatan pelayanan di *Front Office*, jaminan ganti rugi oleh perusahaan terhadap kiriman yang hilang atau rusak, bertanggung jawab terhadap keterlambatan pengiriman, kemampuan petugas *costumer service* dalam memberikan informasi yang dibutuhkan

Tarif merupakan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen dan pendapatan bagi perusahaan. Tarif dalam bisnis pengiriman barang dan dokumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain jenis barang yang akan dikirim, berat, jarak dan tingkat resiko. Pengiriman barang dan dokumen berharga seperti barang elektronik, barang mewah, sertifikat, ijazah serta barang bernafas akan dikenakan biaya asuransi sehingga tarif yang dibebankan juga bertambah. Penambahan tarif asuransi berguna untuk melindungi barang dan dokumen yang dikirim pelanggan selama perjalanan.

Perusahaan jasa ekspedisi juga menyediakan alamat web perusahaan yang dapat diakses oleh semua orang untuk mengetahui daftar tarif kirim ke seluruh Indonesia maupun negara lain. Selain itu, website ini dapat digunakan untuk mengetahui keberadaan barang kiriman melalui nomor resi yang tertera di kertas bukti pengiriman barang. Penelitian Ari Wijayanti (2009) menyimpulkan bahwa tarif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Mowen dan Minor (2002) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Konsumen yang merasa puas terhadap kinerja karyawan, maka hubungan konsumen dengan perusahaan akan menjadi baik sehingga tercipta loyalitas pelanggan. H.M.N.Nasution (2002) menjelaskan ciri-ciri pelanggan yang puas salah satunya penyerahan barang tepat pada waktunya, kemampuan pemasok untuk

memenuhi kebutuhan mendadak dari pelanggan dan penanganan barang dagangan dengan seksama

Konsumen yang merasa puas terhadap suatu barang atau jasa, tidak menutup kemungkinan akan menyebarluaskan pengalamannya terhadap orang lain. *Word of mouth* juga cepat diterima sebagai referensi, karena pelanggan biasanya sulit mengevaluasi produk/jasa yang belum dibelinya atau belum dirasakan.

Fandy Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa pada dasarnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan akan kembali menggunakan dan mungkin mempengaruhi orang lain yang berinteraksi dengannya untuk mempromosikan jasa layanan tersebut.

Penggunaan tarif ekspres dalam pengiriman barang, kadang-kadang memiliki kesamaan kecepatan penyampaian dengan tarif biasa. Hal ini tergantung dari beberapa faktor antara lain ketidaklengkapan informasi data barang, faktor cuaca maupun ketersediaan moda transportasi. Konsumen yang membayar mahal agar barang kiriman lebih cepat sampai di tempat tujuan merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Konsumen yang kecewa beralih ke perusahaan ekspedisi lain yang waktu penyampaian barang kiriman lebih cepat.

Jam Operasional PT. JNE Perak Timur Surabaya yang menjadi obyek penelitian ini mulai dari hari senin sampai sabtu. Pada hari senin, jumlah pengunjung lebih banyak daripada hari yang lain yaitu mencapai 90 pengunjung.

Kecepatan petugas dalam menangani barang kiriman rata-rata 2 menit untuk kiriman barang padat yang tidak diasuransikan (baju, makanan, dokumen). Kecepatan petugas dalam menangani barang elektronik ataupun barang yang harus diasuransikan lainnya rata-rata 5 menit karena harus dilakukan pemeriksaan untuk dokumen dan barang yang diasuransikan agar sesuai dengan kondisi barang kiriman.

Pengguna jasa PT.JNE konter Perak Timur dalam seminggu rata-rata mencapai 400 pengunjung. Mayoritas pengguna jasa PT.JNE konter Perak Timur adalah karyawan perusahaan yang mengirim dokumen karena letak PT.JNE konter Perak Timur yang dikelilingi banyak perusahaan. Pengguna jasa lebih banyak memilih tarif kiriman YES (Yakin Esok Sampai), karena hanya membutuhkan waktu sehari penyampaian barang kiriman.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi dari kecepatan layanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur secara simultan dan parsial.

KAJIAN PUSTAKA

Kecepatan Layanan

Adji Adisasmita (2012 : 30) mendefinisikan “cepat artinya terwujudnya waktu tempuh yang singkat dengan tingkat keselamatan yang tinggi. Keadaan tersebut dapat diukur berdasarkan indikator antara lain kecepatan kendaraan per satuan waktu”. H.M.N. Nasution (2004 : 113) menjelaskan bahwa Kecepatan merupakan faktor yang sangat penting dan erat kaitannya dengan masalah efisiensi sistem transportasi. Pada prinsipnya orang selalu menginginkan kecepatan

yang tinggi dalam bertransportasi, tetapi dibatasi oleh beberapa hal, seperti kemampuan mesin atau tenaga penggerak, keselamatan dan kemampuan manusia dalam mengendalikan pergerakan. Parasuraman, *et al.* (1985) dalam Fandy Tjiptono (2005 : 108) menjelaskan bahwa “konsep kecepatan layanan terdapat dalam indikator responsifitas dalam kualitas layanan jasa yang artinya kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan segera”

Kepmen PAN Nomor 25 Tahun 2004 dalam Harbani Pasalong (2010 : 139) mendefinisikan “kecepatan layanan yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan”. Raharjo Adisasmita (2010 : 48) menjelaskan bahwa cepat dalam transportasi dapat ditinjau dalam dua cara, yang dapat disarikan sebagai berikut :

- 1) Waktu yang digunakan oleh kendaraan atau muatan (barang dan penumpang) selama perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain
- 2) Waktu yang diperlukan untuk mempersiapkan barang-barang atau penumpang dari suatu perjalanan yang kemudian dilanjutkan dengan perjalanan berikutnya, termasuk waktu selang untuk pemuatan, pembongkaran, pengisian bahan bakar, dan perbaikan kendaraan.

Manfaat Kecepatan Layanan

Raharjo Adisasmita (2010 : 48) menjelaskan manfaat kecepatan layanan yang intinya sebagai berikut :

- 1) Waktu transit yang cepat akan mengurangi jumlah kerusakan barang dalam perjalanan.
- 2) Transportasi yang cepat akan mengurangi biaya untuk barang-barang selama transit.

- 3) Investasi dalam bentuk fasilitas transportasi dapat dimanfaatkan secara lebih intensif
- 4) Transportasi yang cepat ke pasar akan memperkecil resiko kerugian adanya perubahan-perubahan harga
- 5) Jasa transportasi yang cepat akan memperkecil penyediaan asilitas penyimpanan.

Ciri-ciri pelayanan yang cepat

Nina Rahmayanty (2010 : 46) menyimpulkan ciri-ciri pelayanan yang cepat sebagai berikut :

- 1) Tersedia nomer telepon/ nomer ekstension perusahaan
- 2) Ketersediaan buku panduan/ brosur
- 3) Ketersediaan beberapa loket, teller, dan *delivery services*
- 4) *Drive thru*
- 5) Paket antar gratis
- 6) Transaksi via internet

Berdasar beberapa pengertian di atas kecepatan layanan adalah menggunakan waktu yang lebih pendek. Kecepatan memberikan kepastian dalam arti waktu, kuantitas, kualitas dan financial yang sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan pekerjaan dan pemberian pelayanan kepada *stakeholders*. Kecepatan layanan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam penggunaan waktu dan sumber daya.

Tarif

Abbas Salim (2008 : 46) mendefinisikan “tarif angkutan adalah suatu daftar yang memuat harga-harga untuk para pemakai jasa angkutan yang disusun secara teratur.” Warpani (2002 : 149) mendefinisikan “tarif sebagai harga jasa angkutan yang harus dibayar oleh pengguna jasa, baik melalui mekanisme perjanjian sewa menyewa, tawar menawar, maupun ketetapan pemerintah.” Raharjo

Adisasmita (2010 : 117) mendefinisikan “tarif harga jasa angkutan yang harus dibayar oleh *shippers* (pemilik barang) kepada *carrier* (perusahaan perangkutan).”

Kategori Tarif angkutan

Abbas Salim (2008 : 45) menjelaskan kategori tarif angkutan yang intinya sebagai berikut :

- 1) tarif menurut kelas (*class rate*) : tarif muatan dan tarif penumpang
- 2) tarif pengecualian
- 3) tarif perjanjian/ kelompok yang berlaku untuk angkutan jalan raya dan angkutan laut, dan tidak berlaku untuk moda transportasi lainnya (untuk angkutan udara angkutan pipa)

Raharjo Adisasmita (2012 : 122) menjelaskan kategori tarif angkutan yang dapat disarikan sebagai berikut :

- 1) *class rate dan commodity rate*
class rate ditetapkan dalam sejumlah kelas terbatas dan bersifat umum. *Commodity rate* digunakan untuk barang-barang yang nilainya rendah seperti batu, tanah tambang, kayu, dan butiran yang dikirim dalam jumlah besar dan jaraknya jauh
- 2) *local rate* : traif yang ditetapkan oleh perusahaan pengangkutan
- 3) *joint rate* : tarif antara stasiun-stasiun pada jalur perjalanan yang ditetapkan beberapa perusahaan pengangkutan

Faktor penentu Tarif Jasa Angkutan

Rustian Kamaludin (2003 : 86) menjelaskan faktor penentu tarif untuk barang berharga barang yang dapat disarikan sebagai berikut :

- 1) tanggung jawab (*liability*) yang dipikul oleh para carriers untuk mengangkut barang yang berharga tersebut adalah lebih besar pula
- 2) daya kemampuan atau kesanggupan (*ability*) dari barang-barang yang diangkut yang berharga tersebut dapat dibebankan atau memikul tarif angkutan yang lebih tinggi daripada barang-barang yang rendah harganya.

Abbas Salim (2008 : 55) mengasumsikan harga jasa angkutan ditentukan oleh faktor :

- 1) berat muatan yang hendak diangkut
- 2) jarak
- 3) kecepatan muatan diangkut
- 4) jenis muatan

Faktor yang mempengaruhi tarif jasa angkutan

Raharjo Adisasmita (2012 : 118) menjelaskan tarif angkutan dipengaruhi oleh dasar dua faktor utama yang dapat disarikan sebagai berikut :

- 1) *cost of service* atau ongkos menghasilkan jasa, yaitu ongkos-ongkos yang harus dikeluarkan oleh perusahaan angkutan untuk menghasilkan pelayanan jasa angkutan yang bersangkutan
- 2) *value of service* atau nilai jasa yang dihasilkan, yaitu jumlah uang yang oleh pemakai jasa angkutan bersedia dibayarnya atau yang dapat dihargai untuk pelayanan jasa yang diberikan padanya oleh perusahaan angkutan yang bersangkutan.

Rustian Kamaludin (2003 : 87) Faktor-faktor yang mempengaruhi *cost of services* yang dapat diintikan :

- 1) jarak yang harus ditempuh dari tempat asal ke tempat tujuan
- 2) volume dan berat dari muatan barang yang diangkut

- 3) risiko dan bahaya dalam pengangkutan, berhubung karena sifat barang yang diangkut sehingga diperlukan alat-alat service yang special
- 4) ongkos-ongkos khusus yang harus dikeluarkan berhubung karena berat dan ukuran yang diangkut “luar biasa” sifatnya
- 5) kepastian atau keteraturan adanya *return cargo* yang akan diangkut

Kepuasan Konsumen

Kotler, *et al.* (2006) mengungkapkan bahwa “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Mowen dan minor (1998 : 419) menjelaskan *consumer satisfaction is defined as the overall attitude consumers have toward a good or service after they have acquired and used it. It is a postchoice evaluative judgement resulting from a specific purchase selection and the eperience of using/consuming it*”.

Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler, *et al.* (1996) dalam Fandy Tjiptono (2000 : 148) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yang intinya sebagai berikut :

- 1) Sistem keluhan dan saran
- 2) *Ghost shopping*
- 3) *Lost consumer analysis.*
- 4) Survei kepuasan pelanggan

Kotler dan Keller (2006 : 179) menjelaskan bahwa cara mengukur kepuasan pelanggan yang intinya sebagai berikut :

- 1) Menjadi lebih setia

- 2) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk ada
- 3) Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya
- 4) Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing
- 5) Tidak terlalu peka terhadap harga
- 3) Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung
- 4) Mengidentifikasi *priorities for improvement* melalui analisis gap antara skor tingkat kepentingan dan kepuasan
- 5) Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bias menjadi indikator handal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu

Ciri-ciri kepuasan Pelanggan

H.M.N.Nasution (2002 : 43) menjelaskan bahwa ciri-ciri pelanggan yang puas yang intinya sebagai berikut :

- 1) penyerahan barang tepat pada waktunya
- 2) kemampuan pemasok untuk memenuhi kebutuhan mendadak dari pelanggan
- 3) kesediaan pemasok untuk mengambil kembali dengan cepat apabila terjadi klaim
- 4) penanganan barang dagangan dengan seksama
- 5) kemauan pemasok untuk menyimpan barang bagi pelanggan dalam jangka waktu tertentu

Tujuan Pengukuran Kepuasan

Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, yang dapat disarikan sebagai berikut :

- 1) Mengidentifikasi keperluan pelanggan yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak
- 2) Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting

Penelitian Terdahulu

Ahmad Zulkarnaen tahun 2010 dengan judul *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Ekspres(Studi Kasus : PT Pandu Siwi Sentosa Cabang Bogor)*

Herry Judhi Pratikno tahun 2006 dengan judul *Analisis Intensitas Penggunaan angkutan penumpang Umum (Kasus Angkutan Penumpang Umum Bus antar kota Dalam Provinsi non Ekonomi Jurusan Semarang Solo)*

Ari Wijayanti tahun 2009 dengan judul *Pengaruh Tarif, Fasilitas, dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Rawat Inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar*

Setyaningsih sri Utami tahun 2009 dengan judul *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen dalam menggunakan jasa transportasi PT. Solo Central Taxi di Surakarta*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei yang dimaksud adalah bersifat menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Proses pengumpulan data lebih banyak

dilakukan dalam bentuk survei dan penyebaran angket. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan.

Berdasar hasil observasi pada tanggal 11 Februari – 16 Februari 2013, maka diketahui populasi pengguna jasa ekspedisi PT. JNE konter Perak Timur sebanyak 400 orang, yang terdiri dari :

- 1) Konsumen yang mengirim baju/pakaian : 120 orang
- 2) Konsumen yang mengirim makanan : 55 orang
- 3) Konsumen yang mengirim dokumen atau surat berharga : 190
- 4) Konsumen yang mengirim barang elektronik atau barang berharga lain : 33 orang
- 5) Konsumen yang mengirim hewan/tumbuhan : 2 orang

Sampel dalam penelitian berjumlah 186 konsumen yang ini terdiri dari :

- 1) Konsumen yang mengirim baju/pakaian : $120/400 \times 186 = 56$ orang
- 2) Konsumen yang mengirim makanan : $55/400 \times 186 = 26$ orang
- 3) Konsumen yang mengirim dokumen atau surat berharga : $190/400 \times 186 = 88$ orang
- 4) Konsumen yang mengirim barang elektronik atau barang berharga lain : $33/400 \times 186 = 15$ orang
- 5) Konsumen yang mengirim hewan/tumbuhan : $2/400 \times 186 = 1$ orang

Jadi jumlah sampel pada penelitian ini 186 pengguna jasa ekspedisi PT. JNE konter Perak Timur

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah angket, wawancara dan observasi.

Uji Validitas

Validitas item digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Bila korelasi antara masing-masing indikator (X_1 , X_2 , dan Y) terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang signifikan dengan hasil dibawah 0,05 (α) dan diatas r_{tabel} sebesar 0,148 maka masing-masing pernyataan adalah valid.

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah instrument yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Peneliti menggunakan metode koefisien alpha (*cronbach alpha*), yang disebut koefisien *Alpha* karena metode ini sangat cocok pada skor berbentuk skala. Koefisien *alpha* yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan batas nilai reliabilitas minimum sebesar 0,6, dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

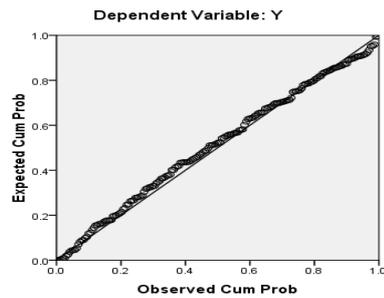
Uji Asumsi Klasik

Beberapa asumsi yang perlu diperhatikan dalam model regresi agar menghasilkan estimasi yang baik, model regresi yang baik harus terhindar dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas selain itu memiliki data berdistribusi normal.

Uji Normalitas

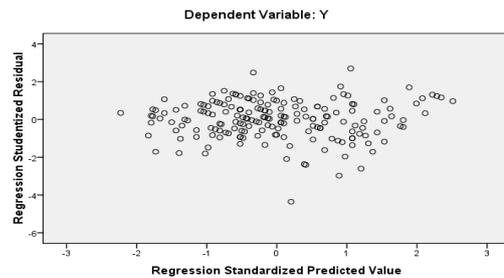
Gambar 1 Normal Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar 1 grafik normal plot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, hal ini menunjukkan distribusi normal.

Scatterplot



Dari hasil uji heterokedastisitas, dapat dilihat sebaran titik-titik yang acak baik dibawah angka 0 dari sumbu Y dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini. Setelah melakukan uji heterokedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance Influence Factor*). Bila nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan kata lain antar variabel bebas tidak saling berpengaruh secara sempurna.

Seluruh variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolinearitas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Dan jika nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan VIF < 10 (Ghozali, 2006:91) maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 2 Uji Heterokedastisitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini ingin diduga besarnya koefisien regresi untuk mengetahui apakah variabel kecepatan layanan (X_1), tarif (X_2), berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan regresi yang diperoleh nantinya dilakukan pengujian pada koefisien regresi dari masing-masing variabel penelitian secara statistik yaitu melalui uji f dan uji t yang dijelaskan pada pembahasan selanjutnya. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh besarnya konstanta dan besarnya koefisien regresi untuk masing-masing variabel dengan melihat model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,566 + 0,537X_1 + 0,203X_2$$

Dari bentuk persamaan regresi linier berganda di atas, dapat diketahui bahwa :

Berdasar hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi dari masing-masing variabel kecepatan layanan (X_1) dan tarif (X_2). Diperoleh bahwa koefisien regresi variabel kecepatan layanan dan tarif jasa memiliki

arah positif. Kedua variabel bebas dalam model regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Nilai konstanta sebesar 2,566 dapat diartikan apabila variabel kecepatan layanan (X1) dan tarif jasa (X2) dianggap nol atau ditiadakan maka besarnya kepuasan konsumen PT. JNE konter Perak Timur sebesar 2,566. Berarti besaran kepuasan konsumen PT. JNE konter Perak Timur menuju arah positif atau baik.

2) Variabel kecepatan Layanan (X1)

Koefisien regresi kecepatan layanan (X1) sebesar 0,537 artinya setiap kenaikan kecepatan layanan sebesar satu satuan akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen PT. JNE konter Perak Timur sebesar 0,537 dengan asumsi variabel tarif (X2) adalah tetap. Tanda positif menunjukkan hubungan searah antara kecepatan layanan dengan kepuasan konsumen

3) Variabel Tarif (X2)

Koefisien regresi tarif jasa (X2) sebesar 0,203 artinya setiap kenaikan tarif sebesar satu satuan akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen PT. JNE konter Perak Timur sebesar 0,203 dengan asumsi variabel kecepatan layanan (X1) adalah tetap. Tanda positif menunjukkan hubungan searah antara tarif dengan kepuasan konsumen

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,576 hal ini berarti bahwa variabel kecepatan layanan (X1) dan tarif (X2) memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. JNE konter Perak Timur sebesar 0,576 atau 57,6 %. Sisanya sebesar 42,4 % diberikan kontribusi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda dan memperoleh besarnya koefisien untuk masing-masing variabel penelitian, maka besarnya koefisien regresi tersebut diuji secara statistik yaitu melalui uji F dan uji t. Dalam uji F ingin diketahui apakah variabel penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan uji t ingin diketahui apakah variabel penelitian mempunyai pengaruh secara parsial, pembahasan hipotesis ini adalah sebagai berikut :

Uji F

Uji-F dilakukan untuk mengetahui signifikansi implikasi variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Menurut hasil perhitungan menunjukkan nilai F hitung sebesar 27,141 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%.

Uji t

Uji-t dilakukan untuk mengetahui signifikansi implikasi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Kecepatan layanan memiliki nilai thitung sebesar 5,710 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,960. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,710 > 1,960$) sementara nilai signifikansi 0,000 maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan variabel kecepatan layanan (X1) berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. JNE konter Perak Timur.

Tarif jasa memiliki nilai thitung sebesar 2,256 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,960. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,256 > 1,960$) sementara nilai signifikansi 0,025 maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan variabel tarif (X2) berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. JNE

konter Perak Timur

Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini didasarkan dengan melihat hasil pengujian hipotesis dari uji F dan uji t yang dianalisis menggunakan model regresi linier berganda, karena hasil pengujian hipotesis dari uji F dan uji t dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian.

Secara simultan kecepatan layanan dan tarif berkontribusi positif signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,576. Berarti presentase sumbangan pengaruh kecepatan layanan dan tarif terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 57,6%. Sedangkan sisanya 42,4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian. Kontribusi kecepatan layanan dan tarif memberikan yang pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 57,6% tergolong sedang.

Pada variabel kecepatan layanan, konsumen berpendapat bahwa kecepatan petugas layanan tergolong cepat. Konsumen berpendapat bahwa kecepatan layanan dari segi kecepatan petugas dalam melakukan pemeriksaan kondisi fisik barang tergolong cepat selain itu kecepatan petugas dalam menangani keluhan konsumen juga tergolong cepat. Sedangkan kecepatan petugas dalam menjamin pengiriman barang tepat waktu tergolong lambat.

Pada variabel tarif, konsumen berpendapat bahwa tarif yang diberikan oleh PT.JNE tergolong tinggi. Tarif yang dikenakan dilihat dari segi berat barang kiriman dan jenis barang yang dikirim tergolong tinggi. Konsumen tetap mempercayakan pengiriman barang oleh PT.JNE konter Perak Timur

meskipun dikenakan tarif yang tinggi. Hal ini dikarenakan kepercayaan konsumen terhadap jasa ekspedisi PT.JNE konter Perak Timur yang lebih baik dari jasa ekspedisi lain dan mayoritas konsumen dari sampel yang digunakan selalu menggunakan jasa ekspedisi PT.JNE setiap mengirim barang.

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa kecepatan layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,710 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,960. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,710 > 1,960) sementara nilai signifikansi 0,000 maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan variabel kecepatan layanan (X_1) berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. JNE konter Perak Timur

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Ivonne wood (2009) menyatakan bahwa melayani pelanggan dengan cepat adalah poin yang sangat penting di hampir semua bisnis. Lamanya waktu menunggu berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh. H.M.N.Nasution (2002) menjelaskan bahwa salah satu cirri-ciri pelanggan yang puas adalah penyerahan barang tepat pada waktunya yang artinya kecepatan layanan yang diberikan oleh petugas. Hasil penelitian Ahmad Zulkarnaen (2010) menunjukkan bahwa kecepatan layanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa Tarif memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,256 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,960. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,256 > 1,960) sementara nilai signifikansi 0,025 maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan

variabel kecepatan layanan (X_1) berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. JNE konter Perak Timur

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Warpani (2002) yang menjelaskan bahwa tarif yang didasarkan pengguna jasa dimaksudkan tidak memberatkan pengguna jasa. Penelitian Ari Wijayanti (2009) menyimpulkan bahwa tarif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa kecepatan layanan dan tarif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur. Pengujian yang dilakukan dengan uji-F memperlihatkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar F_{tabel} diperoleh F_{hitung} sebesar 126,513. Sedangkan F_{tabel} sebesar 3,06. Dengan demikian nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($126,513 > 3,06$) sementara nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari tarif signifikansi $\alpha=0,05$, maka kecepatan layanan (X_1) dan tarif jasa (X_2) secara bersama-sama berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen PT. JNE konter Perak Timur Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Suharto A Majid (2009) menjelaskan bahwa kriteria kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang antara lain pelayanan yang cepat, barang tiba di tempat tujuan tepat waktu, sampai di alamat penerima dalam keadaan yang baik dan utuh serta sesuai alamat dan ongkos kirim yang relatif murah. Penelitian Rahardjo Adisasmita (2010) menjelaskan bahwa kualitas layanan jasa dalam transportasi mencakup cepat atau lancar, aman, cukup, frekuensi, teratur, bertanggung jawab, dan murah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasar hasil dan pembahasan di atas dapat diambil simpulan sebagai berikut:

Kontribusi kecepatan layanan (X_1) dan tarif (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) PT. JNE konter Perak Timur adalah :

1. Secara parsial kecepatan layanan berkontribusi positif signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur
2. Secara parsial tarif berkontribusi positif signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur
3. Secara simultan kecepatan layanan dan tarif berkontribusi positif signifikan terhadap kepuasan konsumen PT.JNE konter Perak Timur

Saran

Berdasar simpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Kecepatan layanan yang perlu ditingkatkan terutama kecepatan penyampaian barang ke tangan konsumen.

Kecepatan penyampaian barang ke tangan konsumen akan menimbulkan persepsi positif terhadap perusahaan sehingga konsumen akan kembali mempercayakan pengiriman barang melalui PT. JNE konter Perak Timur

Tarif yang perlu ditingkatkan hendaknya PT.JNE konter Perak Timur memberikan diskon kepada konsumen yang sering mengirimkan barang dalam jumlah banyak agar konsumen lebih merasa puas terhadap layanan yang diberikan selain barang kiriman yang datang tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Raharjo. 2010. *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- <http://www.jne.co.id>, diakses pada 20 November 2013
- Judhi, Herry. 2006. *Analisis Intensitas Penggunaan Angkutan Umum (Kasus Angkutan Penumpang Umum Antar Kota dalam Provinsi non ekonomi jurusan semarang-solo*. Thesis. Dipublikasikan Universitas Diponegoro Semarang. (Online , diakses tanggal 24 Februari 2013)
- Kamaludin, Rustian. 2003. *Ekonomi Transportasi*. Jakarta : Ghalia
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa* : Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Pasalong, Harbani. 2010. *Teori Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta
- Malhotra, Naresh. 2009. *Riset Pemasaran Edisi Keempat Jilid Satu*. Indeks
- Nasution, Nur. 2004. *Manajemen Transportasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha ilmu
- Salim, Abbas. 2008. *Manajemen transportasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persanda
- Sasmita, Adji. 2012. *Perencanaan Infrastruktur Transportasi Wilayah*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Suharto, Abdul Majid . 2009. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran edisi ketiga*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. 2004. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Tim Penyusun. 2011. *Panduan Penulisan dan Penilaian Skripsi*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya
- Transtrianingzah, Fia. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Solo*. Skripsi. Dipublikasikan Sekolah

Tinggi Agama Islam Negeri Surakarta. (Online, diakses tanggal 2 Februari 2013)

Warpani, Suwardjoko. 2002. *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Bandung : Penerbit ITB

Wijayanti, Ari. 2009. *Pengaruh Tarif, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Rawat Inap Di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Karanganyar*. Dipublikasikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta. (online diakses tanggal 2 Februari 2013)

Wood, Ivonne . 2009. *Layanan pelanggan*. Yogyakarta : Graha Ilmu

