



## Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sicepat Ekspres Jagakarsa di Jakarta Selatan



Rini Dianti Fauzi<sup>1</sup>, Pitriyani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

E-mail: [dosen01425@unpam.ac.id](mailto:dosen01425@unpam.ac.id), [pitriyani26@gmail.com](mailto:pitriyani26@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2022-08-12 Revised: 2022-09-23 Published: 2022-10-22  <b>Keywords:</b> Price; Service Quality; Consumer Satisfaction.	The purpose of this study was to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction at Sicepat Ekspres in Jagakarsa, South Jakarta, either partially or simultaneously. The method used is quantitative. The sampling technique used the Slovin formula and the sample in this study was 99 respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this study are the price has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation $Y = 7,851 + 0,515X_1$ , the correlation value is 0,643 meaning that the two variables have a strong relationship level. The value of the coefficient of determination is 41.4%. Hypothesis test obtained $t_{\text{arithmetik}} > t_{\text{table}}$ or $(8,275 > 1,985)$ . Thus, $H_0$ is rejected and $H_1$ is accepted, meaning that there is a significant effect of price on consumer satisfaction. Service quality has a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 7,750 + 0,408X_2$ , the correlation value of 0.642 means that the two variables have a strong relationship. The value of the coefficient of determination is 41.2%. Hypothesis test obtained $t_{\text{arithmetik}} > t_{\text{table}}$ or $(8,241 > 1,985)$ . Thus $H_0$ is rejected and $H_2$ is accepted, meaning that there is a significant effect of service quality on consumer satisfaction. Price and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 3,007 + 0,336X_1 + 0,265X_2$ . The correlation value of 0.733 means that the independent variable and the dependent variable have a strong relationship level. The value of the coefficient of determination is 53.8% while the remaining 46.2% is influenced by other factors. Hypothesis test obtained value of $F_{\text{arithmetik}} > F_{\text{table}}$ or $(55,891 > 2,700)$ . Thus $H_0$ is rejected and $H_3$ is accepted. This means that there is a simultaneous significant effect of price and service quality on customer satisfaction.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2022-08-12 Direvisi: 2022-09-23 Dipublikasi: 2022-10-22  <b>Kata kunci:</b> Harga; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sicepat Ekspres Di Jagakarsa Jakarta Selatan baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 7,851 + 0,515X_1$ , nilai korelasi sebesar 0,643 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 41,4%. Uji hipotesis diperoleh $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $(8,275 > 1,985)$ . Dengan demikian $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima artinya terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsmen. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 7,750 + 0,408X_2$ nilai korelasi sebesar 0,642 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 41,2%. Uji hipotesis diperoleh $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $(8,241 > 1,985)$ . Dengan demikian $H_0$ ditolak dan $H_2$ diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 3,007 + 0,336X_1 + 0,265X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,733 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 53,8% sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $(55,891 > 2,700)$ . Dengan demikian $H_0$ ditolak dan $H_3$ diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### I. PENDAHULUAN

Angka penularan virus covid-19 di Indonesia sudah menurun akan tetapi masyarakat Indonesia harus tetap untuk menjaga jarak (*social distancing*). Hal tersebut dilakukan untuk menghindari terjadinya lonjakan angka penularan covi-19. Pemberlakuan *social distancing* ikut berdampak pada tren minat beli secara online. Berdasarkan data MarkPlus. Inc (2020), terjadi peningkatan belanja online dari 4,7% sebelum pandemi menjadi 28,9% di masa pandemi,

sebaliknya masyarakat berbelanja offline turun drastis dari 52,3% menjadi 28,9%. Seiring terjadinya pe-ningkatan berbelanja online semakin pula berkembangnya dunia bisnis secara online dalam skala kecil maupun skala besar. Meroketnya angka pertumbuhan industri e-commerce di Indonesia berbanding lurus dengan permintaan akan jasa ekspedisi dan pengiriman paket yang aman, nyaman dan cepat. Keberadaan penyedia jasa pengiriman mampu menunjang kebutuhan para

pelaku bisnis karena dapat mengirim barang kepada konsumen baik yang berada didekat lokasi usaha maupun yang berada di luar daerah oprasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa perusahaan besar yang bergerak dibidang jasa kurir seperti Pos Indonesia, JNE, J&T, Sicepat Ekspres, TIKI, Wahana dan lain-lain.

Pesatnya pertumbuhan jasa kurir di Indonesia saat ini, salah satu yang melatarbelakangi hal tersebut adalah keluarnya Undang-Undang No. 38 tahun 2009, dimana perusahaan dapat masuk dalam usaha jasa dibidang kurir menjadi luas, tidak hanya terbatas pada Badan Usaha Milik Negara/ BUMN saja, namun juga Badan Usaha Milik Daerah/BUMD atau pun koprasi dan swasta bisa masuk ke dalam jasa kurir. Akibat terbitnya peraturan tersebut, bisnis pada bidang jasa kurir semakin kompetitif dikarenakan segala bentuk badan usaha bisa masuk ke bisnis ini tanpa adanya pembatasan. Sicepat Ekspres merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa, berfokus pada pelayanan jasa pengiriman barang yang mencakup seluruh wilayah Indonesia. Sejak di dirikannya pertama kali pada tahun 2014 Sicepat Ekspres telah berkembang pesat dan memiliki lebih dari ratusan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Meski baru di dirikan pada tahun 2014, Sicepat Ekspres telah menjadi salah satu perusahaan yang cukup besar dan sudah di perhitungkan keberadaannya oleh perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa pengiriman serupa di Indonesia. Pada tahun 2019 Sicepat Ekspres meraih penghargaan Indonesia Business New Award 2019 dalam katagori *The Best Growth Strategy in Logistic Industry 2019*. Dengan adanya permasalahan yang hadir diatas, akan menyebabkan tidak puasnya konsumen terhadap pelayanan yang diberikan jasa pengiriman Sicepat Ekspres Jagakarsa. Apabila hal ini terus dibiarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan ke depannya. Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Sicepat Ekspres Jagakarsa di Jakarta Selatan".

## II. METODE PENELITIAN

Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut Sugioyono (2017:13) "metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan 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". Asosiatif menurut Sugiyono (2017:44) yaitu "Penelitian yang bertujuan untuk me-ngetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih". Dengan demikian

penelitian asosiatif ini dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Sugiyono (2017:13) berpendapat "tempat penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif". Penelitian ini dilakukan di Sicepat Ekspres Jagakarsa di Jl. Moh. Kahfi No 17, RT 4/RW 3, Ciganjur, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12630.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 7,851 + 0,515X_1$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,643 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,414 atau sebesar 41,4% sedangkan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $(8,275 > 1,985)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai persamaan regresi  $Y = 7,750 + 0,408X_2$ , nilai koefisien korelasi sebesar 0,642 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,412 atau sebesar 41,2% sedangkan sisanya sebesar 58,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel atau  $(8,241 > 1,985)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan diperoleh persamaan regresi  $Y = 3,007 + 0,336X_1 + 0,265X_2$ . Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,733 artinya memiliki hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 53,8% sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel atau  $(55,891 > 2,700)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 7,851 + 0,515X_1$ , nilai korelasi sebesar 0,643 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 41,4%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(8,275 > 1,985)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 7,750 + 0,408X_2$  nilai korelasi sebesar 0,642 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 41,2%. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(8,241 > 1,985)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 3,007 + 0,336X_1 + 0,265X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,733 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 53,8% sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(55,891 > 2,700)$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

##### B. Saran

Berdasarkan pada hasil kesimpulan di atas sebagai hasil penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Harga pernyataan yang paling lemah adalah nomor 8 yaitu Harga yang ditetapkan Sicepat Ekspres sesuai dengan kualitas jasa yang diterima konsumen dimana hanya mencapai score sebesar 3,64. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus memberikan harga yang bersaing dengan kompetitornya, agar konsumen merasa puas dengan kualitas jasa yang diterimanya.
2. Kualitas pelayanan pernyataan yang paling lemah adalah nomor 9 yaitu Kondisi ruang kantor Sicepat Ekspres sangat terjaga kebersihannya dimana hanya mencapai score sebesar 3,78. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus lebih memperhatikan lagi kondisi

kebersihan kantornya, agar konsumen yang datang lebih nyaman.

3. Kepuasan konsumen pernyataan yang paling lemah adalah nomor 2 yaitu Produk yang dikirim konsumen datang tepat waktu sesuai dengan estimasi pengiriman dimana hanya mencapai score sebesar 3,81. Untuk lebih baik lagi perusahaan harus mampu mengidentifikasi penyebab keterlambatan pengiriman baik barang atau dokumen agar sesuai dengan kualitas pelayanan yang diharapkan yaitu pengiriman barang atau dokumen sampai tepat pada waktu estimasi dan tidak ada kesalahan pada jenis maupun banyaknya barang atau dokumen yang dikirim, sehingga membuat konsumen merasa puas.

##### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Devi, N. M. S. R., Ardani, W., & Putri, I. A. S. (2022). Presidensi Indonesia G20 dan Pengaruhnya terhadap Trust dan Behavioral Intentions Wisatawan ke Destinasi Wisata di Bali (Studi Kasus pada Desa Wisata Penglipuran). *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.165>
- Didin, F., & Anang, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Konsumen)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, Imam (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Undip
- Hasibuan, Malayu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- ISO 9000 (2005). *Quality Management Fundamentals and Vocabulary*. Jakarta: Badan Standarisasi Nasional.
- Istijanto. (2015). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi Kedua Belas. Jilid Satu.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kusmawati, Y., & Ovalianti, N. (2022). Pengaruh Current Ratio dan Debt To Equity Ratio terhadap Return on Equity Pada PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Periode 2012-2021. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen*

- Dan Sumberdaya, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.182>
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang dan Hutabarat. (2016) *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka
- Meithiana Indrasari (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Muna, G. A. S., Ardani, W., & Putri, I. A. S. (2022). Penguatan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan melalui Presidensi G20 pada Era Pandemi Covid 19 pada UMKM di Bali. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 21–27. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.163>
- Pratama, I. G. J., Ardani, W., & Putri, I. A. S. (2022). Pemanfaatan Presidensi G20 sebagai Sarana Marketing dan Branding Ekonomi Kreatif pada Era Pandemi Covid-19. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 28–33. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.164>
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rivai, Veithzal. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Undang Terbau*. Jakarta: Indeks.
- Salam. (2016). *Manajemen Pemerintahan Indonesia*. Jakarta: PT. Djambatan.
- Santoso, Singgih. (2015). *SPSS Statistik Parametrik*. Cetakan Kedua. PT. Elek Media.
- Simanjuntak, F. A., & Edy, E. (2022). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Penempatan Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT. Masa Mitra Pratama Medan. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 62–68. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.183>
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, Basu (2012). *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Bashu dan T. Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.