

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PENGIRIMAN JNE DI KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**ADITYA FATMALA SANTI**

NPM : 18.1.02.02.0244

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2022**

Skripsi oleh :

**ADITYA FATMALA SANTI**  
NPM : 18.1.02.02.0244

Judul:

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PENGIRIMAN JNE DI KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 29 Juni 2022

Pembimbing I,



**Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.**  
Nidn. 0730088001

Pembimbing II,



**Poniran Yudho Leksono, M.M.**  
Nidn. 0704047306

Skripsi oleh :

**ADITYA FATMALA SANTI**  
NPM: 18.1.02.02.0244

Judul :

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PENGIRIMAN JNE DI KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 21 Juli 2022

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
2. Penguji I : Dr. Sri Aliami, M.M.
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M.



Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
**Dr. Subagyo, M.M.**  
NIDN. 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Aditya Fatmala Santi  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. lahir : Kediri, 17 September 1999  
NPM : 18.1.02.02.0244  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 21 Juli 2022  
Yang Menyatakan,



**Aditya Fatmala Santi**  
NPM: 18.1.02.02.0244



## MOTTO

*Kita pasti merasa sangat lelah untuk bisa sampai dititik ini dan juga banyak air mata yang mengalir tanpa orang ketahui. Jangan lupa untuk berterima kasih kepada diri sendiri karena sudah kuat dan bertahan sampai sejauh ini. Dimana melewati sebuah fase kehilangan, kepiluan, patah, kesedihan dan apapun itu yang membuat lara. Nikmati prosesnya, keep moving on 😊😊😊*

(Penulis)

Persembahan setiap goresan tinta ini adalah sebuah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang Allah SWT berikan kepada umat-Nya. Setiap detik waktu menyelesaikan skripsi ini merupakan hasil dari getaran doa kedua orang tua, kakak serta orang-orang baik yang mengasihi tiada henti. Setiap pancaran semangat dalam penulisan ini merupakan dorongan dan dukungan dari sahabat-sahabatku tercinta.

Setiap makna pokok bahasan pada bab-bab dalam skripsi ini merupakan hampasan kritik dan saran dari bapak dosen pembimbing dan teman-teman almamaterku.

## ABSTRAK

**Aditya Fatmala Santi:** Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengiriman JNE di Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022

Kata kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan JNE

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terhadap kepuasan konsumen atau pemakai jasa pengiriman JNE Kediri. Pelayanan jasa oleh perusahaan yang belum memenuhi standar kepuasan konsumen akan menjadi fokus masalah dalam penelitian ini. Kepuasan konsumen bisa dibangun melalui harga, promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen JNE di Kediri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri (2) tidak pengaruh signifikan dari promosi terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri (3) pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri (4) pengaruh signifikan antara harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan dengan kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif, pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada konsumen JNE. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE yang telah melakukan pengiriman barang dan pembelian barang yang dikirim menggunakan ekspedisi JNE. Metode yang digunakan *Simple Random Sampling* sebanyak 40 konsumen dan dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan *software* SPSS versi 21. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu (1) Ada pengaruh signifikan secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen pada JNE di Kediri (2) Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara promosi terhadap kepuasan konsumen pada JNE di Kediri (3) Ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JNE di Kediri (4) Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada JNE di Kediri.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan tugas akhir skripsi dengan baik.

Skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengiriman JNE di Kediri**” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini disampaikan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zaenal Afandi, M. Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan waktu serta arahan dan motivasi kepada penulis dengan sabar.
5. Poniran Yudho Leksono, M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan waktunya serta arahan dan motivasi kepada penulis dengan sabar.
6. Kedua Orang Tua saya Bapak Maryadi dan Ibu Sulikah, Kakak tercinta saya Putri Novitasari yang telah mendoakan, mendukung, mensupport,

menggandeng, merangkul, memenuhi pendidikan saya serta mendidik saya selama ini dan juga Keponakan saya tercinta Dyah Pravitanidini yang sudah menghibur disaat penulis merasa lelah.

7. Sahabat-sahabat saya tercinta Arma Dwi Fatimah, Choirul Mahbubah dan Laura Nanda Ardianita yang telah menemani saya dari awal perkuliahan hingga saat ini berjuang bersama serta saling *support* satu sama lain.
8. Semua pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
9. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri telah mampu untuk kuat dan bertahan berjuang sampai sejauh ini dalam menjalani tahapan kehidupan dan perkuliahan hingga sampai saat ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kediri, 29 Juni 2022

Aditya Fatmala Santi  
NPM : 18.1.02.02.0244



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Masalah.....	9
F. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....	13
A. Kajian Teori .....	13
1. Kepuasan Konsumen.....	13
2. Harga .....	15
3. Promosi.....	18
4. Kualitas Pelayanan .....	22
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Berpikir.....	29
D. Kerangka Konseptual.....	32
E. Hipotesis.....	33
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....	34
A. Variabel Penelitian.....	34
1. Identifikasi Variabel Penelitian .....	34
2. Definisi Operasional Variabel .....	35
B. Teknik Dan Pendekatan Penelitian .....	37
1. Pendekatan Penelitian .....	37
2. Teknik Penelitian.....	38
C. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	38
1. Tempat Penelitian.....	38
2. Waktu Penelitian .....	38
D. Populasi Dan Sampel .....	39
1. Populasi Penelitian .....	39

	2. Sampel Penelitian.....	39
	E. Instrumen Penelitian .....	40
	1. Pengembangan Penelitian .....	40
	2. Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	42
	F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
	G. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
	B. Deskripsi Data Variabel .....	58
	1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	58
	2. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	60
	C. Analisis Data .....	65
	1. Uji Asumsi Klasik .....	65
	2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
	3. Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	69
	D. Pengujian Hipotesis.....	70
	E. Pembahasan.....	73
BAB V	: SIMPULAN DAN SARAN .....	78
	A. Simpulan .....	78
	B. Saran.....	79
	Daftar Pustaka .....	82
	Lampiran-lampiran.....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 : Perbandingan Harga Ongkos Kirim.....	2
2.1 : Penelitian Terdahulu .....	28
3.1 : Instrumen Penelitian .....	41
3.2 : Skala Penilaian .....	41
3.3 : Hasil Uji Validitas .....	44
3.4 : Penafsiran Reliabilitas.....	46
3.5 : Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.1 : Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2 : Hasil Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.3 : Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	61
4.4 : Tanggapan Responden Variabel Harga.....	62
4.5 : Tanggapan Responden Variabel Promosi .....	65
4.6 : Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
4.7 : Hasil Uji Normalitas .....	65
4.8 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	66
4.9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69
4.11 : Hasil Uji t.....	70
4.12 : Hasil Uji F.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		halaman
2.1	: Kerangka Konseptual .....	32
4.1	: Struktur Organisasi .....	56
4.2	: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Kuesioner Penelitian .....	85
2 : Output SPSS Uji Validitas .....	89
3 : Output SPSS Uji Reliabilitas .....	98
4 : Output SPSS Uji Normalitas .....	99
5 : Output SPSS Uji Multikolinearitas .....	100
6 : Output SPSS Uji Heteroskedasitas .....	100
7 : Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda .....	101
8 : Output SPSS Uji Koefisien Determinasi .....	101
9 : Output SPSS Uji T .....	101
10 : Output SPSS Uji F .....	102

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Era moderenisasi saat ini pengiriman produk sering dilakukan oleh masyarakat dan selalu mengharapkan pengiriman dengan waktu ekstimasi yang cepat. Sebelumnya masyarakat melakukan transaksi jual beli secara langsung (*konvensional*). Pertumbuhan bisnis jasa pengiriman ini tidak hanya digunakan di kota besar, melainkan sudah merata di daerah-daerah di Indonesia. Seluruh konsumen membutuhkan jasa pengiriman barang yang cepat, aman, amanah untuk memastikan barang yang dikirim sampai dengan waktu ekstimasi yang tepat.

Menurut (Stanton, 2020), Jasa sendiri merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, salah satunya jasa pengiriman barang. Dengan adanya jasa kurir mampu meringankan kebutuhan para pelaku bisnis sebab pengiriman barang dagangan kepada pelanggan yang ada di seluruh Indonesia. Berkembangnya dunia *online shop* saat ini sangat memberikan peluang besar yang menjanjikan bagi perusahaan jasa.

Banyaknya perusahaan di bidang jasa pengiriman barang menimbulkan alternatif yang lain bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut membuat perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas promosi dan harga yang bersaing serta meningkatkan strategi penjualan perusahaan.

Masyarakat kini dalam pemilihan jasa yang akan dipakai juga mulai selektif dan cerdas. Salah satunya adalah bauran pemasaran harga yang dapat mempengaruhi konsumen. Tarif harga juga merupakan penentu konsumen dalam memilih layanan, sebab harga berpengaruh kuat dalam suatu produk/jasa, dari hargalah perusahaan mendapatkan pemasukan. Berikut tabel perbandingan harga ongkos kirim yang ditunjukkan pada tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Harga Ongkos Kirim Kediri – Bandung - Jakarta**

No	Ekspedisi	Ongkos Kirim dan Estimasi Kediri - Bandung		Ongkos Kirim dan Estimasi Kediri - Jakarta	
		Rp	Estimasi	Rp	Estimasi
1.	JNE	Rp 17.000	3-5 hari	Rp 15.000	3-4 hari
2.	IDExpress	Rp 19.000	4	Rp 14.000	4
3.	WAHANA	Rp 8.000	4 hari	Rp. 8.000	4 hari
4.	J&T	Rp 19.000	4	Rp 18.000	4

Sumber: Data yang diolah 2022

Berdasarkan data dari tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa harga ongkos kirim setiap ekspediri berbeda, JNE sendiri memiliki harga sebesar Rp 17. 000 untuk tujuan Bandung dan Rp 15.000 untuk tujuan Jakarta, IDExpress memiliki harga Rp 19.000 untuk tujuan Bandung dan Rp 14.000 untuk tujuan Jakarta, WAHANA memiliki harga Rp 8.000 untuk tujuan Bandung dan Rp 7.000 untuk tujuan Jakarta dan yang terakhir J&T dengan tujuan Bandung memiliki harga Rp 19.000 dan Rp 18.000 untuk tujuan Jakarta.

Pentingnya kepuasan konsumen bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa terutama kepuasan konsumen tergantung pada persepsi dan ekspektasi dari konsumen, kepuasan konsumen bisa dibangun melalui harga, promosi dan



kualitas layanan. Hal itu bisa menjadi salah satu kunci konsumen memberikan kepercayaan pada jasa serta memberikan nilai yang tinggi.

JNE sebuah ekspedisi pengiriman yang sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat, jasa tersebut dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumennya. Keputusan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. JNE juga sudah terkenal dan terluas di Indonesia serta memiliki konsumen yang banyak dan cukup diperhitungkan oleh para pesaingnya yang juga bergerak di bidang jasa pengiriman. JNE melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen. Hal ini menjadi alasan penulis memilih JNE sebagai objek penelitian. Agen JNE yang berada di Kota Kediri jumlahnya tersebar 12, penulis membatasi penelitian hanya di salah satu agen yang terletak di Kecamatan Mojoroto. Memilih lokasi ini dikarenakan Kecamatan Mojoroto yang terletak di tengah perjalanan dari Kabupaten dan Kota sehingga mudah dijangkau masyarakat.

Berdasarkan observasi awal, masih adanya berbagai keluhan dari harga, promosi, pelayanan, dalam melayani konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan tersebut. Selain itu juga terdapat permasalahan pada harga yang ditetapkan JNE yang sedikit lebih mahal bila dibandingkan dengan pesaingnya. Promosi yang diberikan juga masih kurang meluas, hanya sebatas mengetahui bahwa adanya agen di wilayah tersebut, di agen tersebut juga tidak memakai media sosial dalam menjalankan promosi.

Hal di atas dimungkinkan bisa mempengaruhi terhadap kepuasan. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi, promosi yang tidak meluas, kualitas pelayanan yang diberikan tidak sebanding dengan harga yang ditetapkan maka konsumen merasa kecewa.

Dalam sebuah usaha bisnis atau jasa hal yang dapat meningkatkan kualitas adalah penilaian dari kepuasan konsumen, terutama usaha yang bergerak dibidang jasa. Apabila kondisi dimana harapan dari konsumen terhadap pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen dinyatakan puas. Kepuasan konsumen menurut (Satriani, 2018) yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tanggapan kinerja produk atau jasa dapat memenuhi harapan konsumen. Apabila produk yang ditawarkan lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka konsumen merasa tidak puas. Untuk itu kualitas pelayanan dianggap penting oleh konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Kepuasan konsumen, dapat tercipta dalam suatu perusahaan apabila didukung oleh penentuan harga. Harga merupakan penetapan nilai atau jumlah yang harus ditukarkan atau dibayarkan oleh konsumen untuk menerima penawaran. Maka itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produk jasanya dengan baik dan bijak sehingga konsumen dapat tertarik serta mau memakai layanan jasa yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut (Kotler & Armstrong , 2018) Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan

dalam satuan mata uang alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Penelitian yang dilakukan oleh (Iqbal & Nancy, 2020) menyatakan bahwa harga tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di JNE.

Selain harga, yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu promosi. Promosi merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun pengetahuan serta menyampaikan informasi kepada pelanggan supaya melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan adanya promosi, orang yang awalnya tidak tahu tentang produk dan jasa tersebut menjadi tahu. Promosi merupakan hal penting dalam mewujudkan sebuah tujuan suatu perusahaan. Menurut (Handoko, 2017) Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa. Promosi adalah suatu bidang kegiatan marketing dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan (*information*), membujuk (*persuasion*) dan mempengaruhi (*influence*). Penelitian yang dilakukan oleh (Jayanti et al., 2022) membuktikan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik promosi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan juga bagian penting dari sebuah pelayanan jasa pengiriman. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal penting untuk meraih

pasar. Menurut (Muafa, 2018) Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Jayanti et al., 2022), membuktikan apabila kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hasil temuan ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil obsevasi peneliti kepada konsumen di lapangan bahwasanya banyak masyarakat yang memberikan tanggapan mengenai harga yang ditawarkan oleh JNE tergolong *standart*, tetapi kembali lagi ke opini individu, beberapa masyarakat menilai tentang harga pengiriman yang ditawarkan oleh JNE mahal.

Promosi sendiri produk JNE lebih banyak melakukan secara *personal selling* dengan secara *person to person* yang memperkenalkan jasa pengiriman kepada masyarakat, namun terkadang konsumen kurang memahami saat pihak marketing mempromosikan produk atau dengan kata lain info yang didapatkan juga kurang maksimal. Ada pula promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram tetapi daya ketertarikan dari masyarakat kurang responsif.

Perusahaan juga merasakan apabila kualitas layanan dari para konsumennya, yaitu layanan yang diberikan belum maksimal, misal: waktu pengiriman barang lebih dari estimasi yang ditentukan, kurir yang tidak tepat dalam pengantaran, ada pula kerusakan dan kehilangan barang.

Berdasarkan fenomena di atas harga, promosi, dan kualitas pelayanan digunakan sebagai analisis dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada jasa pengiriman. Untuk itu, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengiriman JNE di Kediri**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Konsumen merasa kurang puas dikarenakan segi harga, promosi, dan kualitas pelayanan dari ekspedisi pengiriman pada JNE belum sesuai dengan harapan.
2. Harga atau ongkos kirim yang terkadang belum sesuai, diantaranya jarak lebih dekat dengan ongkos kirim yang sedikit lebih mahal, sedangkan jarak yang lebih jauh malah sedikit lebih murah.
3. Promosi yang dilakukan oleh JNE melalui *personal selling* dengan *person to person* dan belum melalui media sosial, seperti Instagram.
4. Kualitas Pelayanan yang diberikan JNE Agen Kediri, terkadang mengalami keterlambatan dalam penyampaian kepada konsumen, adanya kerusakan barang, dan belum memenuhi kategori layanan prima.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis memberi batasan supaya penelitian ini lebih terfokus dan terarah. Penelitian ini difokuskan pada harga, promosi, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman JNE di Kediri. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari harga, promosi dan kualitas pelayanan.
2. Faktor harga yang digambarkan dari keterjangkauan harga, sesuai dengan daya beli kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.
3. Faktor promosi yang digambarkan dari periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung.
4. Faktor kualitas pelayanan jasa yang digambarkan melalui bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada batasan masalah, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri?
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri?
4. Apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE Kediri?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh yang signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri.
2. Pengaruh signifikan dari promosi terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri.
3. Pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri.
4. Pengaruh signifikan antara harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan dengan kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE Kediri.



## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

### **1. Manfaat Praktis**

- a. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis, kepuasan konsumen sendiri dijadikan alat ukur dari keberhasilan suatu produk atau jasa itu sendiri, tingkat kepuasan konsumen dijadikan alat memprediksi dari perusahaan di masa mendatang.
- b. Penetapan penentuan harga yang diterapkan perusahaan merupakan hal penting dalam pemasaran sebuah produk atau jasa. Harga yang ditetapkan juga dipertimbangkan agar dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen.
- c. Promosi yang diterapkan guna memahami dari sebuah produk atau jasa sehingga konsumen dapat mengenali dan menimbulkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.
- d. Kualitas pelayanan yang diterapkan guna memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sudah melebihi harapan konsumen.

### **2. Manfaat Teoretis**

- a. Berkaitan dengan manfaat dari teori kepuasan konsumen sendiri  
Kepuasan konsumen sendiri menurut (Satriani, 2018) yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tanggapan kinerja produk atau jasa dapat memenuhi harapan konsumen itu sendiri. Apabila produk yang ditawarkan lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka

konsumen merasa tidak puas. Maka dari itu kualitas pelayanan dianggap penting oleh konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Dengan adanya perasaan puas dari konsumen mengenai layanan, harga, promosi yang didapatkan konsumen menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan.

b. Berkaitan dengan manfaat harga menurut (Kotler & Armstrong , 2018)

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.. Harga yang ditetapkan terjangkau oleh perkiraan konsumen maka konsumen akan merasa puas.

c. Berkaitan dengan manfaat dari teori promosi Menurut (Handoko, 2017)

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa. Promosi adalah suatu bidang kegiatan marketing dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan (*information*), membujuk (*persuasion*) dan mempengaruhi (*influence*). Semakin meluas promosi yang dilakukan maka semakin tinggi konsumen mengetahui produk atau jasa.

d. Berkaitan dengan manfaat dari teori kualitas pelayanan Menurut (Muafa, 2018) Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Semakin baik layanan yang diberikan perusahaan semakin tinggi harapan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azis Abdul & Nur' Aeni. (n.d.). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Kopi Janji Jiwa Di Cikarang*.
- Basuki, K. (2019). Tingkat Kepuasan Pengemudi terhadap sistem komis jasa angkut taksi. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699*.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18(1), 61–72*.  
<https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Jaya, S. (2018). *Analisis faktor-faktor kepuasan konsumen pada rumah makan Gepek Bensu di Bandar Lampung*. 13–53.
- Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi : Jurnal Ekonomi, 18(1), 182–191*.  
<https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.530>
- JNE Express*. (n.d.). <https://www.jne.co.id/id/perusahaan/profil-perusahaan/visi-dan-misi>
- Konsumen, M. K., Pelayanan, M. K., Dan, H., Perusahaan, C., & Kediri, J. N. E. S. (2018). *Meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan pada jne supersemar kediri*.
- Kotler, & Philip & Armstrong G. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran (Principles of marketing)*.
- Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 2013–2015.
- Muafa, I. W. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jne Di Merauke. *Musamus Journal of Business & Management, 1(1), 32–46*.  
<https://doi.org/10.35724/mjbm.v1i1.1257>
- Noor, C. K. putri dan trisna insan. (2016). Faktor Promosi. *Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani, 53(9), 1689–1699*.
- Novia, H. E., & Sutrisna, E. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan pelanggan pada Ekspedisi di Pekanbaru. *Jom Fisip, 4(2), 1–15*.

- Pada, P., Jne, P. T., Iqbal, A. M., & Nancy, L. (2020). ( *Studi kasus pada PT . JNE Tomang 9 Jakarta Barat* ). 5(11), 23–32.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Satriani. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jalur nugraha ekakurir (jne) cabang jambi. *Ekonomi*.
- Stanton. (2020). Strategi Marketing Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Pustaka Elnior*, 46.
- Sugiyono. (2018). Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta. Hal 57. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 53(9), 1689–1699.