



**Analisis Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)  
Tebing Tinggi**

***The Analysis of Prices, Product, And Service Quality Effect on Consumer  
Satisfaction at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi***

**Dandy Prakoso, Yudi Daeng Polewangi, & Healthy Aldriani Prasetyo**

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area, Indonesia

**Abstrak**

Penelitian menganalisis pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji f). Penelitian ini dilaksanakan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. Di jalan Jend. Sudirman No.397 Medan-Tebing Tinggi dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2020 s/d 12 Februari 2021. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh  $Y=6,226+0,085X_1+0,244X_2+0,184X_3+e$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi yang ditunjukkan oleh nilai t hitung (0,873) < t tabel (1,984) artinya Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka H1 ditolak. Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai t hitung (1,975) < t tabel (1,984), artinya Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka H2 ditolak. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai t hitung (3,477) > t tabel (1,984), artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka H3 diterima. Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung (13,559) > Ftabel (3,09) artinya variabel harga, produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi maka H4 diterima. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,298, yang berarti 29,8% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 70,2% variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Harga, Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

**Abstract**

*The study analyzed the effect of price, product, and service quality on customer satisfaction at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. This research was a quantitative descriptive study with data analysis techniques used, namely multiple linear regression and hypothesis testing (t-test and f test). This research was conducted at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. On Gen. Sudirman street No.397 Medan-Tebing Tinggi, it was held on 12 December 2020 to 12 February 2021. The data collection method used a questionnaire and documentation. The results of multiple linear regression analysis obtained  $Y=6.226+0.085X_1+0.244X_2+0.184X_3+e$ . The results showed that the Price had no positive and significant effect on Consumer Satisfaction at PT. JNE Tebing Tinggi indicated by the value of t count (0.873) < t table (1.984) meaning that the Price had no significant effect on Consumer Satisfaction, so H1 was rejected. The product had no positive and significant effect on Consumer Satisfaction as indicated by the t value (1.975) < t table (1.984), meaning that the product had no significant effect on Consumer Satisfaction, so H2 was rejected. Service Quality had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction as indicated by the value of t count (3.477) > t table (1.984), meaning that Service Quality had a significant effect on Consumer Satisfaction, so H3 was accepted. Price, Product, and Service Quality together had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This was indicated by the value of Fcount (13.559) > Ftable (3.09) meaning that the variables of price, product, and service quality together had a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT. JNE Tebing Tinggi then H4 was accepted. The coefficient of determination (R square) was 0.298, which meant 29.8% of the Consumer Satisfaction variable could be explained by the three independent variables consisting of Price, Product, and Service Quality, while the remaining 70.2% of the Consumer Satisfaction variable was influenced by other variables not discussed in this research.*

**Keywords:** Price, Product, Service Quality, Consumer Satisfaction

**How to Cite:** Rich Arif Adika Simamora, Ninny Siregar, & Marali Banjarnahor (2023), Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. Jurnal Ilmiah Teknik Mesin dan Industri (JITMI), 2(1) 2023: 1-10,



## **PENDAHULUAN**

Pada era modern saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat. Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi. Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba cepat, mudah, akses luas, dan kemudahan konsumsi atau belanja melalui jaringan e-business cenderung meningkat.

Banyak penjual online shop yang menggunakan jasa kurir. Dengan adanya jasa kurir maka akan memudahkan mereka untuk mengantar barang pesanan sesuai dengan jenis layanan paket yang mereka inginkan. Keberadaan penyedia jasa kurir dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh diluar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan. JNE juga dikenal memiliki pelanggan yang banyak dan loyal.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk atau service yang ada pada PT.JNE ini beragam, yaitu JNE Trucking, Reguler, Yakin Esok Sampai, Ongkos Kirim Ekonomis Dan lainnya.

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. JNE ini sudah menjadi standart operasional dari perusahaan, seperti melayani konsumen dengan sepenuh hati, dengan ramah, dan seperti moto dari JNE yaitu Connecting Happiness yang artinya mengantarkan kebahagiaan.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk sesuai dengan harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Tebing Tinggi.
2. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Tebing Tinggi.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Tebing Tinggi.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian yang merupakan data yang berbentuk angka. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan meneliti populasi yang relatif luas dengan cara menentukan jumlah sampel dari populasi yang diteliti.

Metode analisis data yang dilakukan penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis kuantitatif.

Metode pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini adalah :

### **1. Kuesioner**

Pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan yang disebarkan kepada responden konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi. Bertujuan untuk memperoleh data mengenai produk, harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi.

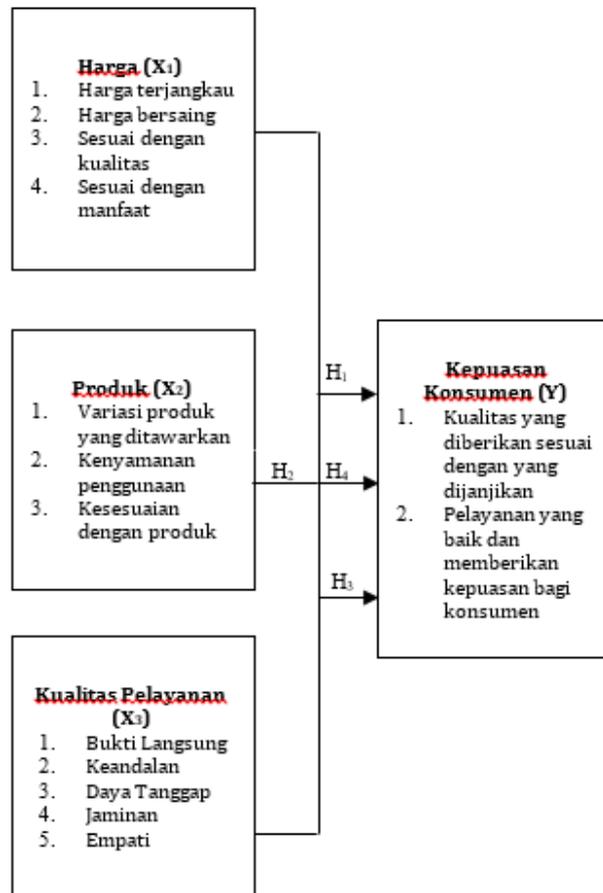
### **2. Wawancara**

Wawancara mengenai produk, harga dan kualitas pelayanan akan dilakukan dengan para pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi untuk memperoleh informasi tentang beberapa hal yang berkaitan dengan produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi.

Variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini adalah :

1. Variabel independen (variabel bebas) pada penelitian ini yaitu, harga, produk dan kualitas pelayanan.
2. Variabel dependen (variabel terikat) pada penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.

Berdasarkan judul penelitian, maka secara sistematis dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berfikir

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan di PT. JNE Tebing Tinggi yang berjumlah 100 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai r tabel = pada n-k (100-2) adalah 98 pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 0,1946.

Tabel 1. Hasil Validitas Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

Item Kuesioner	Pearson Correlation	Sig	r tabel	Keterangan
Item 1	0,748	0,000	0,1946	Valid
Item 2	0,688	0,000	0,1946	Valid
Item 3	0,620	0,000	0,1946	Valid
Item 4	0,767	0,000	0,1946	Valid

**Tabel 2. Hasil Validitas Variabel Produk (X<sub>2</sub>)**

Item Kuesioner	Pearson Correlation	Sig	r tabel	Keterangan
Item 1	0,741	0,000	0,1946	Valid
Item 2	0,846	0,000	0,1946	Valid
Item 3	0,844	0,000	0,1946	Valid

**Tabel 3. Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>)**

Item Kuesioner	Pearson Correlation	Sig	r tabel	Keterangan
Item 1	0,641	0,000	0,1946	Valid
Item 2	0,652	0,000	0,1946	Valid
Item 3	0,780	0,000	0,1946	Valid
Item 4	0,791	0,000	0,1946	Valid
Item 5	0,599	0,000	0,1946	Valid
Item 6	0,779	0,000	0,1946	Valid
Item 7	0,778	0,000	0,1946	Valid
Item 8	0,775	0,000	0,1946	Valid

**Tabel 4. Hasil Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Item Kuesioner	Pearson Correlation	Sig	r tabel	Keterangan
Item 1	0,724	0,000	0,1946	Valid
Item 2	0,788	0,000	0,1946	Valid
Item 3	0,662	0,000	0,1946	Valid
Item 4	0,796	0,000	0,1946	Valid

Berdasarkan Tabel Uji Validitas diatas, yang meliputi Variabel Harga, Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk seluruh variabel memiliki status valid, karena nilai rhitung (Pearson Correlation) > rtabel sebesar 0,1946

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten.

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas dari ketiga variabel maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

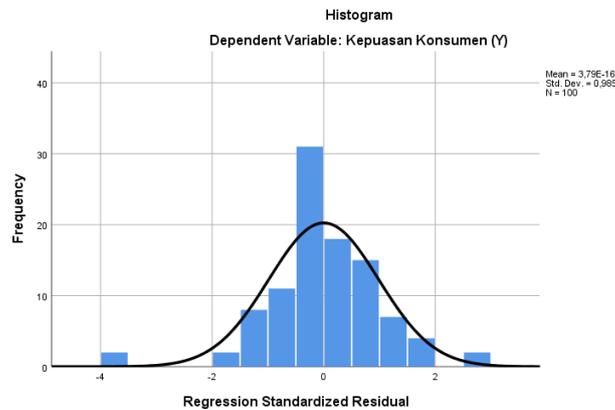
No	Variabel	Cronbach's Alpha	r teori	Kriteria
1	Harga (X <sub>1</sub> )	0,646	0.600	Reliabel
2	Produk (X <sub>2</sub> )	0,740	0.600	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,869	0.600	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,720	0.600	Reliabel

Berdasarkan Tabel diatas, uji reliabilitas variabel harga adalah sebesar 0,646, variabel produk adalah sebesar 0,740, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,869 dan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,720, ternyata memiliki nilai "*Cronbach's Alpha*" > 0,600, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas yang berarti keempat variabel dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

### 3. Uji Normalitas

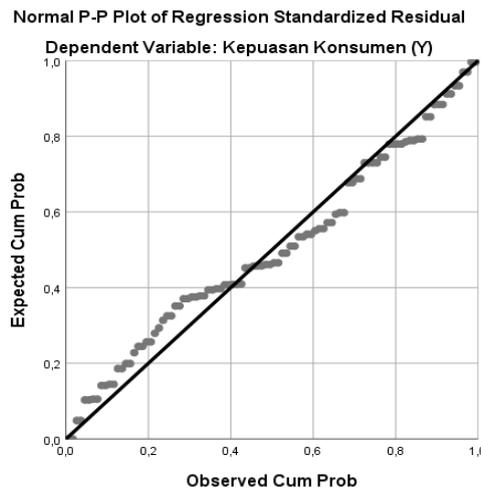
Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen yang digunakan berdistribusi dengan normal atau tidak atau tidak mempunyai distribusi normal melalui analisis grafik dan uji statistik. Pembuktian apakah data yang digunakan dapat berdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat pada grafik histogram dan *probability plot*. Dapat dikatakan normal jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah:



**Gambar 1. Diagram Histogram**

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan normal hal ini terlihat dari pola data membentuk lonceng dan berada ditengah-tengah sehingga dapat disimpulkan data tersebut normal.



**Gambar 2. Grafik Normal P-Plot**

Pada grafik P-Plot, data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada gambar grafik tersebut memperlihatkan bahwa pola distribusi cenderung normal, data menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 4. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai *Tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10, maka data bebas dari gejala multikolinieritas.

Hasil perhitungan uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas**

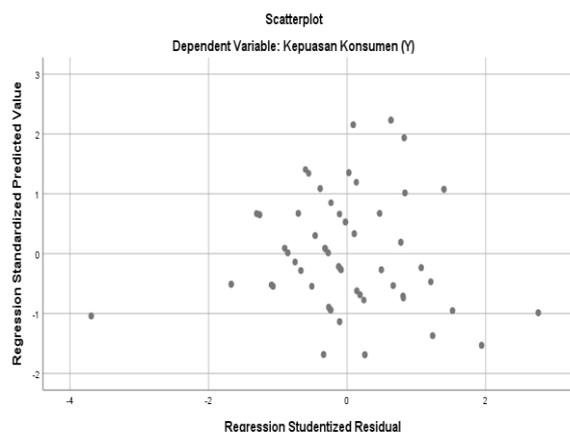
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Error Std.	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,226	1,645		3,785	,000		
Harga (X1)	,085	,098	,092	,873	,385	,666	1,502
Produk (X2)	,244	,123	,197	1,975	,051	,737	1,357
Kualitas Pelayanan (X3)	,184	,053	,366	3,477	,001	,661	1,513

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, hasil perhitungan nilai Tolerance variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0.10 dengan nilai Tolerance masing-masing variabel independen berturut-turut bernilai sebesar 0,666; 0,737; 0,661. Sementara itu hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independen yang memiliki nilai VIF < 10 dengan nilai VIF masing-masing variabel independen berturut-turut bernilai sebesar 1,502; 1,357; 1,513. Merujuk hasil perhitungan nilai Tolerance dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mengetahui heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Berikut adalah grafik *scatterplot* dari uji heteroskedastisitas :



**Gambar 3. Scatterplot**

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bawah tidak ada pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Berganda

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel Harga (X<sub>1</sub>), Produk (X<sub>2</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Error Std.	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,226	1,645		3,785	,000		
Harga (X <sub>1</sub> )	,085	,098	,092	,873	,385	,666	1,502
Produk (X <sub>2</sub> )	,244	,123	,197	1,975	,051	,737	1,357
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	,184	,053	,366	3,477	,001	,661	1,513

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linier berganda maka didapat persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebagai berikut :

$$Y = 6,226 + 0,085X_1 + 0,244X_2 + 0,184X_3 + e$$

Hal ini dapat dilihat pada keterangan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) sebesar 6,226 menunjukkan bahwa tanpa adanya variabel harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Tebing Tinggi.
- b. Harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,085; Produk (X<sub>2</sub>) sebesar 0,244 dan Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,184 menunjukkan bahwa variabel harga, produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen artinya setiap terjadi peningkatan variabel harga, produk dan kualitas pelayanan maka akan berpengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

7. Uji t (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi t dengan α sebesar 0.05.

**Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Error Std.	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,226	1,645		3,785	,000		
Harga (X <sub>1</sub> )	,085	,098	,092	,873	,385	,666	1,502

Produk (X <sub>2</sub> )	,244	,123	,197	1,975	,051	,737	1,357
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	,184	,053	,366	3,477	,001	,661	1,513

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t tabel = pada n-3 (100-3) adalah 97 pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1,98472 .

Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

- Nilai yang diperoleh dari tabel diatas nilai koefisien untuk Harga yaitu sebesar 0,873,  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,873 < 1,984$ ) dan signifikan sebesar  $0,385 > 0,05$  artinya Harga (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) maka H<sub>1</sub> ditolak.
- Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien untuk Produk yaitu sebesar 1,975,  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,975 < 1,984$ ) dan signifikan sebesar  $0,051 > 0,05$  artinya Produk (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) maka H<sub>2</sub> ditolak.
- Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien untuk Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 3,477,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,477 > 1,984$ ) dan signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  artinya Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) maka H<sub>3</sub> diterima.

#### 8. Uji Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel output SPSS dari uji F.

**Tabel 9. Hasil Uji Simultan (F)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	1	3	40,946	13,559	,000 <sup>b</sup>
		22,838				
	Residual	289,912	96	3,020		
	Total	412,750	99			

Berdasarkan uji F diatas diperoleh nilai pada df (n1) = k-1 (3-1) adalah 2 dan df (n2) = n-k (100-3) adalah 97 pada taraf signifikan 5% (0,05) maka nilai F tabel adalah 3,09. Terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $13,559 > 3,09$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya secara bersama-sama Harga (X<sub>1</sub>), Produk (X<sub>2</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), maka H<sub>4</sub> diterima.

#### 9. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Untuk menunjukkan berapa persen pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana toko secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan koefisien determinasi. Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur sebesar besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai R<sup>2</sup> kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sangat terbatas. Kelemahan penggunaan R<sup>2</sup> adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, maka dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2016).

Berikut adalah Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi sebagai berikut :

**Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted	
			R Square	Std. Error of the Estimate
1	,546 <sup>a</sup>	,298	,276	1,73779

Dari tabel diatas dapat diketahui koefisien determinasi (R square) sebesar 0,298, yang berarti 29,8% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 70,2% variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel lain seperti mutu produk, pengalaman belanja yang menyenangkan, testimoni orang lain, dan strategi pemasaran yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan pengujian statistik maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi yang ditunjukkan oleh nilai t hitung  $(0,873) < t$  tabel  $(1,984)$  artinya Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka H1 ditolak.
2. Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai t hitung  $(1,975) < t$  table  $(1,984)$ , artinya Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka H2 ditolak.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai t hitung  $(3,477) > t$  table  $(1,984)$ , artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka H3 diterima.
4. Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Fhitung  $(13,559) > F$ table  $(3,09)$  artinya variabel harga, produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi maka H4 diterima.
5. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,298, yang berarti 29,8% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 70,2% variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. (2011). Peran Harga Sebagai Indikator Kualitas Jasa Persepsidan Pengaruh Terhadap Kemungkinan Menmbeli Konsumen. Fokus Manajerial, Vol. 2, No. 2, 101-120.
- Ating Tedjasutisna. (2004:127). Kewirausahaan. Bandung : Armico.
- Dharmesta dan Irawan. (2006:21). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Liberty. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi Kedua , Yogyakarta: Andi.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS).
- Imam.Ghozali, (2018). Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan EvIEWS 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ismerisa. (2013). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan.
- Kotler dan Armstrong. (2001:9). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2001:439). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Nazir (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler. (2009 : 36). Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi 13). U.S.A : Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2013:2). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian & pengembangan . research and Develoment.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.

- Swastha dan Irawan. (2000). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.
- Swastha. (2008:241). Manajemen Pemasaran Modern. (edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono. ( 2003:104). Total Quality Management. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2002:151). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Umar. (2005:65). Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis, Jakarta: Grafindo Persada.