

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGIRIMAN PADA PT. JNE EXPRESS MEDAN**

Ananda Dea Latifah  
Politeknik Unggul LP3M

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa JNE EXPRESS Medan. Metodologi penelitian yang dipakai adalah Kuantitatif metodologi ini Berkaitan dengan observasi atau pengamatan langsung, koesioner dan study pustaka, yaitu pengumpulan data dari berbagai jurnal online. Hasil penelitian yang di dapat setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan ialah pengaruh harga dan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa JNE EXPRESS Medan masih kurang baik pelayanannya. Hal ini dapat dilihat dari masih ditemukannya complain dari pelanggan. Menjalin hubungan dengan pelanggan perlu dilakukan oleh perusahaan agar produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan kepuasandan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut maupun melalui media sosial lain yang dapat memperbaiki citra perusahaan dimata pelanggan. Oleh karena itu, Kualitas Pelayanan dan Harga kepuasan konsumen menjadi fokus utama yang harus diperhatikan perusahaan.*

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan ,Harga, kepuasan pelanggan

### **PENDAHULUAN**

Perekonomian di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dengan berkembang pesatnya dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia adalah bisnis dibidang Jasa pengiriman barang. Banyaknya usaha yang sejenis bermunculan mengakibatkan persaingan menjadi semakin kuat, maka dari itu para pelaku bisnis harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan yang baik agar usaha yang didirikannya dapat berkembang.

Dalam menjalankan suatu bisnis para pelaku usaha harus selalu mengamati serta memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran.

Konsumen dalam mengunjungi suatu Jasa pengiriman tidak hanya mencari mengirim barang saja akan tetapi mereka juga akan melihat seperti apa kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen, ketika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan melebihi harapan mereka maka hal tersebut mampu memberikan rasa nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen, terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Cronin dan Taylor, dalam Prabowo 2002).

Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan penggunaan jasa kembali, (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas.

Selain kualitas pelayanan faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, harga merupakan faktor penting dalam penawaran Jasa, harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat memakai Jasa tersebut. Menurut Lupiyoadi (2013:136) harga memainkan peran yang sangat penting karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan, keputusan penentuan harga juga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam membangun citra .

Konsumen menganggap perusahaan jasa pengiriman semua sama saja sehingga tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka pada saat menggunakan jasa. Sedangkan untuk faktor biaya dalam kemudahan menjangkau Jasa Pengiriman dianggap tidak begitu berpengaruh karena lokasi berada di Kecamatan Medan-Amplas mudah dijangkau oleh konsumen karena terletak ditengah kota. Sehingga penulis memutuskan untuk hanya meneliti kedua faktor yaitu Harga dan Kualitas Pelayanan. Dengan pemberian layanan yang baik maka masyarakat sebagai konsumen akan merasa senang. Timbulnya perasaan senang akan sejalan dengan perasaan puas yang dirasakan konsumen. Dengan terciptanya kepuasan konsumen, akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kondisi ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan JNE. Peningkatan jumlah konsumen menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Pada akhirnya JNE mampu dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan jasa lainnya seperti, TIKI, Pos Indonesia, dan lain-lain.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil metodologi studi pustaka penelitian observasi dan koesioner.

Sumber data yang diperoleh peneliti yaitu dengan cara sebagai berikut:

Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari objeknya. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil survey dan pengisian kuesioner untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Ci Terhadap Kepuasan Konsumen.

### Data Skunder

Data yang diperoleh berupa informasi tertulis dan dokumentasi serta laporan-laporan pada PT. JNE ATC Medan.

### Metode Analisis Data

#### 1. Uji validitas dan reliabilitas

##### a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan korelasi antar skor tiap butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Setelah itu menentukan hipotesis,  $H_0$  : skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total konstruk, dan  $H_a$  skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan skor total konstruk.

Setelah mengajukan hipotesis kemudian uji dengan membandingkan  $r$  hitung (table corrected item total correlation) dengan  $r$  tabel (table product moment dengan signifikan 0,05) untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n - k$  suatu kuesioner dikatakan valid apa bila  $r$  hitung dan  $r$  tabel bernilai positif (Ghozali, 2011 : 52 ).

##### b. Uji Realibitas

Uji realibitas adalah suatu nilai yang menunjukkan suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang ada (Umar, 2003:86). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Alpha cronbach. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas lebih besar 0,6 (Siregar, 2012:175). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika Alpha lebih besar dari  $r$ -tabel maka item-item angket yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai Alpha lebih besar dari  $r$ -tabel maka item-item angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila:

Hasil Alpha cronbach  $> 0.6$  = realibel

Hasil Alpha cronbach  $< 0,6$  = tidak reliabel

#### 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap suatu variabel kriterium (variabel terikat) dan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau variable terikat (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi linier Berganda

Analisi data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda. Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y) dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan menggunakan model regresi linier berganda ini menunjukkan nilai koefisien regresi variabel independen (Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen) yang mempengaruhi kepuasan konsumen di jasa pengiriman JNE ATC Medan. Berikut model regresi linier berganda berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.0.

**Tabel 4. 1 Hasil Analisis Linier berganda**

	Coefficients <sup>a</sup>					
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.825	4.545		.622	.541
	HargaX1	.031	.161	.034	.193	.849
	Kualitasx2	.219	.166	.274	1.321	.201

a. Dependent Variable: kepuasan\_konsumen\_y

**Sumber:** Lampiran Hasil Olah Data

Berdasarkan perhitungan dengan bantuan program SPSS menggunakan Full Model Regression di peroleh persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas yaitu Kualitas Pelayanan (Kl) dan Harga (H), terhadap kepuasan konsumen (Kkm). Rumus matematis yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2014;277) adalah sebagai berikut:

$$Kkm : a + b_2kl + b_1H + ei$$

Ket:

- Kkm = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)
- H = Variabel bebas 1 (Harga)
- Kl = Variabel bebas 2 (Kualitas Pelayanan)
- a = Konstanta
- $b_1, b_2$  = Koefisien regresi variabel bebas 1-2
- ei = komponen eksponensial

maka persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

$$Kkm = 2,825 + 0,031(H) + 0,219(kl) + ei$$

Maka dari persamaan yang telah dibuat diatas bisa dijelaskan bahwa variabel harga memiliki nilai B sebesar 0,031, sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai B sebesar 0,219. Bisa dijelaskan bahwa nilai yang didapatkan 3 variabel tersebut memiliki nilai yang positif dan jelas, yang berarti bahwa semakin baik dan jelas nilai dari variabel tersebut maka akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan dan Harga menjadi lebih baik.

### Uji Asumsi Klasik

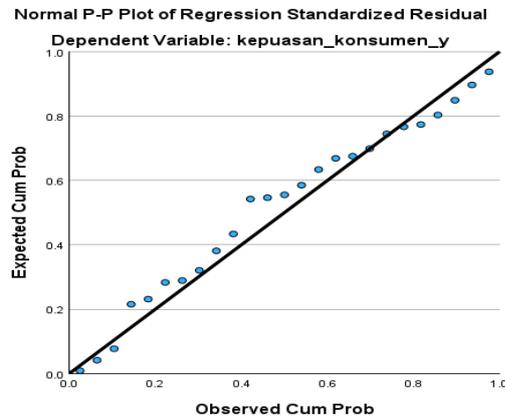
Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan model regresi yang baik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Jadi tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui model analisis yang tepat dalam penelitian.

### Hasil Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi secara normal/tidak. Data dalam regresi berganda harus terdistribusi normal agar mendapatkan model regresi yang baik. Pengujian normalitas dapat dilihat dari titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal pada norma PP-plot regresston,

diaman jika titik-titik tersebut mengikuti garis diagonal maka dikatakan bahwa data yang digunakan adalah distribusi normal (Santoso, 2002)

Pengujian normalitas dalam penelitian ini yaitu melalui normal probability plot dengan menggunakan SPSS 20.0 dan diperoleh hasil sebagai berikut:



**Gambar 4. 1** Hasil Uji Normalitas

Uji nominalis dengan normal probabiliti plot seperti yang terlihat dalam gambar 4.4 mensyaratkan bahwa penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat normal probabiliti plot sehingga model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalis (terdistribusi normal). Artinya data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

**Uji multikolinieritas**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak korelasi variabel independen. Jadi antara variabel indenpenden yaitu variabel kualitas pelayanan (X2) variabel harga (X1), tidak ada hubungan yang mempengaruhi. Pendeteksian dilakukan dengan menggunakan *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *tolerance value* >0,10 dan *VIF* < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai *tolerance value* <0,10 dan *VIF* >10 maka terjadi multikolinieritas (ghozali,2006).

Hasuk uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

**Tabel 4. 2** Hasil Uji multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.825	4.545			
	HargaX1	.031	.161	.034	.748	1.337
	Kualitasx2	.219	.166	.274	.542	1.844

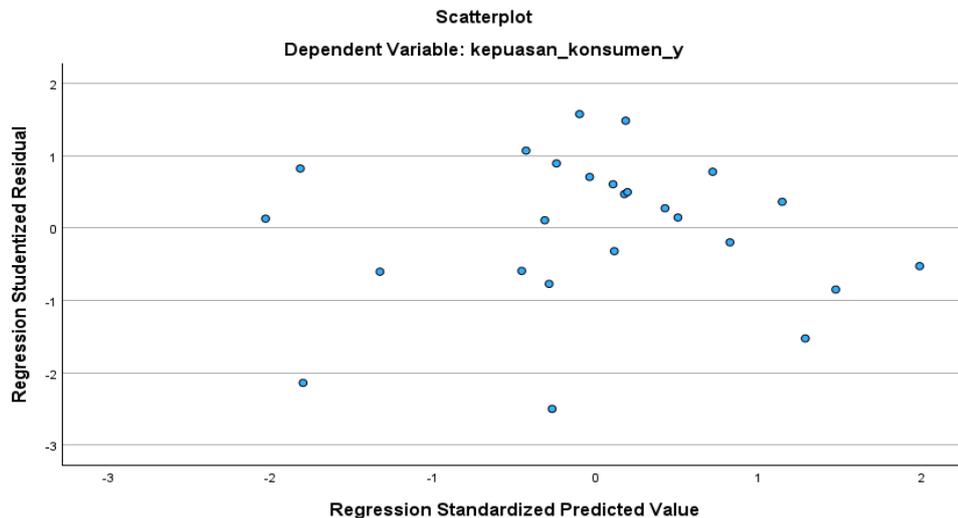
a. Dependent Variable: kepuasan\_konsumen\_y

**Sumber** : Lampiran Hasil Olah Data

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel harga 1.337, kualitas pelayanan 1,844, dan citra brand 1,564 adalah kurang dari 10. Untuk nilai tolerance variabel harga penggunaan 0,748, kualitas pelayanan 0,542, dan citra brand 0,639 adalah lebih dari 0,1. Sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak dapat korelasi. Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel harga, kualitas pelayanan, dan citra brand adalah kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data penelitian ini. Artinya bahwa anatara variabel-variabel bebas harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan citra brand (X3), tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

### Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.



**Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas**  
*Sumber : hasil Olah Data*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *scatterplot* dengan bantuan computer yang menggunakan SPSS di peroleh hasil data yang dilihat dari gambar 4.5 terlihat titik-titik yang menyebar secara memecah dan bergelombang. Bergelombang artinya pola naik turun, memecah artinya polanya semakin menjauh. Hal tersebut berarti mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F

ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F dengan 0,05. Hasil uji F dapat dilihat pada table di bawah ini :

**Tabel 4. 3 hasil uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.996	3	10.999	7.318	.002 <sup>b</sup>
	Residual	31.564	21	1.503		
	Total	64.560	24			
a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_y						
b. Predictors: (Constant), citrabrandx3, HargaX1, Kualitasx2						

**Sumber** : Lampiran Hasil Olah Data

Pada tabel anova diperoleh nilai  $F_{hitung}$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sebesar 7,318 menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya dan berdasarkan tingkat signifikannya maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, dan citra brand secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Uji Kelayakan Model (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independent mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Hasil *output* dari SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Sig $\alpha$	keputusan
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.825	4.545		0,622	.541		
	HargaX1	.031	.161	.034	0,193	.849	0,05	Signifikan
	Kualitasx2	.219	.166	.274	1.321	.201	0,05	Signifikan
a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_y								

**Sumber** : Lampiran Hasil Olah Data

Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan signikasi  $\alpha = 0,05$ . Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Dari hasil perhitungan t terlihat bahwa semua variabel independent mempunyai pengaruh signifikan, karena nilai signifikansi  $p > 0,05$ .

- a.  $T_{hitung}$  untuk variabel harga 0,193 dengan signifikansi 0,849 > 0,050. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen
- b.  $T_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan informasi sebesar 1,321 dengan signifikansi 0,201 > 0,050. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pembahasan**

#### **Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen di jasa JNE ATC Medan (Y)**

Berdasarkan model regresi diatas dan uji-t maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1,321 dengan signifikansi 0,201 > 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meningkat akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa JNE ATC Medan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka akan diikuti oleh penurunan kepuasan konsumen terhadap jasa JNE ATC Medan. Seperti teori kepuasan konsumen menurut *Zeithmal dan Bitner* (dalam *Tjiptono, 2014*).

Manajemen ekspedisi JNE ATC Medan harus bisa mempertahankan atau lebih di tingkatkan agar konsumen menjadi lebih puas dan percaya terhadap pelayanan dan jasa yang ada di JNE *express* Medan ATC. Berdasarkan jawaban responden terhadap kualitas pelayanan, skor rata-ratanya berada pada range setuju. Manajemen harus bisa memahami kepuasan konsumen dari sisi informasi. Jangan sampai tertinggal dalam *menupgrade* informasinya.

Semakin puas pengguna jasa ekspedisi JNE ATC Medan, maka semakin banyak pengguna menggunakan jasa ekspedisi JNE ATC Medan. Sebaliknya bila pengguna jasa pengiriman JNE ATC Medan tidak puas dengan kualitas pelayanan jasa JNE ATC Medan, maka semakin besar kemungkinan pengguna jasa ekspedisi JNE ATC Medan memilih jenis ekspedisi yang lain untuk pengiriman barang.

#### **Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)**

Berdasarkan model regresi diatas dan uji t maka dapat diketahui bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari  $t_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar 0,193 dengan signifikansi 0,849 > 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga maka kepuasan konsumen akan semakin turun, dan sebaliknya, semakin rendah harga maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen.

Seperti dalam teori tujuan penetapan harga dari kotler dan amostrong (2014:411) yang menyatakan perusahaan memiliki tujuan penetapan harga karena kepemimpinan mutu produk (*leadership in product quality*).

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa JNE ATC Medan ( $p=0,05$ ).

1. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti kebenarannya
2. Variabel harga memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.
3. Variabel Kepuasan Konsumen memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Yulianti, (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Jne .Jurnal Ekonomi dan Bisnis Makassar
- 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.
- Amelia, D., Karina, R., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 11-24.
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102-112.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Thalib, S., & Wulandjani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Perusahaan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Jasa Pengiriman JNE. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 86-98.
- Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), 660-669.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Satriani, M., Sissah, S., & Mutia, A. (2018). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Sutrisno, S., Tannady, H., Santoso, M. H., Karman, A., & Jayanto, I. (2022). Analisis Peran Service Quality, Harga Dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction Jasa Pengiriman JNE. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4071-4080.
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo. . 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.