

POLITEKNIK UNGGUL LP3M
QUALITY FIRST

POLITEKNIK UNGGUL LP3M MEDAN

JURNAL
BISMAN INFO

9 772355 150006

ISSN :2355-1500

PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE FULL COSTING PADA UD.VIKA DONAT
Khairatun Nazah, Ratih Amelia

DISCRIMINATION AS REFLECTED IN H.B. STOWE'S UNCLE TOM'S CABIN
Hermansyah, Selfitrida A Yani

APLIKASI SIMPAN PINJAM BERBASIS WEB PADA KOPERASI SERBA USAHA TAMAN MANDIRI
Yuniar Andi Astuti, Sondang

PROSEDUR PEMBERIAN KREDIT PADA BANK TABUNGAN PENSUNAN NASIONAL, Tbk
Diana Suksesiwaty Lubis, Dina Octavia

ANALISIS AKUNTANSI PIUTANG PADA CV. KENCANA BHAKTI MOTOR (KBM)
Pirmatua Sirait, Miftah Faridh Nasir

PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SIMPAN PINJAM KELOMPOK PEREMPUAN (SPP) MENGGUNAKAN MYOB VERSI.19 PADA PROGRAM DANA AMANAH PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
Berophiliben Br Ginting, Maya Syahlina

PENGARUH SENSE OF HUMOR TERHADAP KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA ANGGOTA KOMUNITAS STAND UP COMEDY TEBING TINGGI
Srie Hartati

PERANCANGAN APLIKASI KRIPTOGRAFI ENKRIPSI DAN DESKRIPSI ALGORITMA MATRIKS HILL CIPHER PADA PERANGKAT ANDROID
Zulhamdani Napitupulu

ANALISIS MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. LIM SIANG HUAT DI KOTA BATAM
Pauzul Azim, Nur Elfi Husda

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK VITKAFARMA DI KOTA BATAM
Saparudin, Raymond

AKSI REAKSI PADA DOMINASI PARA TOKOH DALAM CERPEN DRUNKEN MARMUT KARYA PIDI BAIQ
Sharina Amanda

ANALISA PENCAPAIAN LABA PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (Persero) MEDAN
Nirmalasari

ANALISIS AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN DALAM PENGENDALIAN BIAYA STANDAR PRODUK PTPN II TANJUNG MORAWA
Maya Andriani

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT SANRISH INDONESIA
Sheren Devina Komaling, Putu Hari Kurniawan

PENGARUH MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT CASCO SEA DI KOTA BATAM
Janima Simanjuntak, Hendri Herman

RANCANG BANGUN APLIKASI BUKU KAS BERBASIS DESKTOP
Sujarwo

PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada SMK Swasta Yaspenmas)
Zahri Fadli

KONTRIBUSI FASILITAS, LOKASI DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUANG USAHA
Andi Riyanto, Galih Raspati, Jamal Maulana Hudin, Apip Sopiandi

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. JNE CABANG LANGKAT
Ahmad Fadli

Diterbitkan Oleh :
LPPM-Politeknik Unggul LP3M Medan

Volume 7 No. 2
Juni 2020

**DEWAN REDAKSI JURNAL BISMAN INFO
POLITEKNIK UNGGUL LP3M MEDAN**

Pelindung

Direktur Politeknik Unggul LP3M Medan

Penanggung Jawab

Ketua Program Studi Manajemen Informatika
Ketua Program Studi Komputerisasi Akuntansi
Ketua Program Studi Sekretari
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran
Ketua Program Studi Akuntansi

Ketua Redaksi

Nasib, S.Pd, M.M

Wakil Ketua Redaksi

Martin, S.E, M.M

Sekretaris Redaksi

Indawati Lestari, S.E, M.Si

Pelaksana Redaksi

Sabaruddin Chaniago, S.E, M.M
Ratih Amelia, S.E, M.M
Sharina Amanda, S.S, M.Si
Syaifullah, S.E, M.M
An Suci Azzahra, S.E, M.Si
Jakaria Sembiring, S.Kom, M.Kom

Pelaksana Tata Usaha/Sirkulasi

Muhammad Fathoni, S.Si, M.Si

Alamat Redaksi/Penerbit

Politeknik Unggul LP3M Medan
Jln. Iskandar Muda No. 3 CDEF Medan,
Telp. (061) 4156355, 4155515
Website : www.politeknikunggul.ac.id
Email : lppm_lp3m@yahoo.com

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum wr. wb.

Berkat Rahmat dan Karunia Allah SWT kita berjumpa lagi pada edisi Vol. 7 No. 2 jurnal BISMAM INFO tahun 2020. Oleh karena itu perlu kita bersyukur kepadaNYA sang maha pencipta yang maha pengasih serta maha penyayang.

Di tahun 2020 ini dengan semangat untuk terus mempublikasikan karya ilmiah meski masih dalam skala ISSN, Bismam Info terus berusaha mengajak kita agar senantiasa menulis karya ilmiah di lingkungan LP3M, itulah sebuah motivasi yang terus disampaikan pada setiap kesempatan penerbitan.

Redaksi mengucapkan terima kasih kepada para dosen junior dan senior yang telah berpartisipasi dalam edisi penerbitan kali ini untuk itu apresiasi yang tak terhingga semoga kita selalu diberikan kemudahan dalam mempublikasikan tulisan ilmiah.

Pada nomor penerbitan ini juga LPPM LP3M Politeknik Unggul LP3M bergembira karena Jurnal ini tetap konsisten keberadaan penerbitannya dan pada kesempatan ini tim redaksi telah mendapatkan jurnal sebelum dead line tanggal penerimaan jurnal. Beberapa dosen baru telah berkontribusi dalam mempublikasikan karya ilmiahnya. Pada penerbitan kali ini Jurnal yang dinyatakan layak untuk diterbitkan yang telah dilakukan evaluasi oleh tim editor redaksi hingga dinyatakan layak dan selanjutnya dilakukan editing oleh dewan redaksi

Akhirnya kepada Allah SWT kita berserah diri dan berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan berbagai bantuan, motivasi, saran, kritikan demi kesempurnaan jurnal ini pada masa mendatang.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Medan, Juni 2020

Ketua Redaksi

DAFTAR ISI

PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN METODE <i>FULL COSTING</i> PADA UD.VIKA DONAT Khairatun Nazah, Ratih Amelia.....	157
DISCRIMINATION AS REFLECTED IN H.B. STOWE’S UNCLE TOM’S CABIN Hermansyah, Selfitrida A Yani.....	167
APLIKASI SIMPAN PINJAM BERBASIS WEB PADA KOPERASI SERBA USAHA TAMAN MANDIRI Yuniar Andi Astuti, Sondang.....	178
PROSEDUR PEMBERIAN KREDIT PADA BANK TABUNGAN PENSIONAN NASIONAL, Tbk Diana Suksesiwy Lubis, Dina Octavia	183
ANALISIS AKUNTANSI PIUTANG PADA CV. KENCANA BHAKTI MOTOR (KBM) Pirmatua Sirait, Miftah Faridh Nasir	193
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SIMPAN PINJAM KELOMPOK PEREMPUAN (SPP) MENGGUNAKAN MYOB VERSI.19 PADA PROGRAM DANA AMANAH PEMBERDAYAAN MASYARAKAT Beruphilihen Br Ginting, Maya Syahlina	203
PENGARUH SENSE OF HUMOR TERHADAP KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA ANGGOTA KOMUNITAS STAND UP COMEDY TEBING TINGGI Srie Hartati.....	210
PERANCANGAN APLIKASI KRIPTOGRAFI ENKRIPSI DAN DESKRIPSI ALGORITMA MATRIKS HILL CIPHER PADA PERANGKAT ANDROID Zulhamdani Napitupulu	218
ANALISIS <i>MARKETING MIX</i> TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. LIM SIANG HUAT DI KOTA BATAM Pauzul Azim, Nur Elfi Husda	229
PENGARUH <i>MARKETING MIX</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK VITKAFARMA DI KOTA BATAM Saparudin, Raymond.....	237
AKSI REAKSI PADA DOMINASI PARA TOKOH DALAM CERPEN <i>DRUNKEN MARMUT</i> KARYA PIDI BAIQ Sharina Amanda.....	246
ANALISA PENCAPAIAN LABA PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (Persero) MEDAN Nirmalasari	255

ANALISIS AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN DALAM PENGENDALIAN BIAYA STANDAR PRODUK PTPN II TANJUNG MORAWA Maya Andriani.	262
PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT SANRISH INDONESIA Sheren Devina Komaling, Putu Hari Kurniawan.....	270
PENGARUH MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT CASCO SEA DI KOTA BATAM Janima Simanjuntak, Hendri Herman	278
RANCANG BANGUN APLIKASI BUKU KAS BERBASIS DESKTOP Sujarwo	289
PENGARUH BRAND AWARENESS DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada SMK Swasta Yaspenmas) Zahri Fadli	298
KONTRIBUSI FASILITAS, LOKASI DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUANG USAHA Andi Riyanto, Galih Raspati, Jamal Maulana Hudin, Apip Supiandi	298
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. JNE CABANG LANGKAT Ahmad Fadli.....	309

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. JNE CABANG LANGKAT

Ahmad Fadli
STIE Mahkota Tricom Unggul
email: haqimdanyara@yahoo.co.id

Abstrak

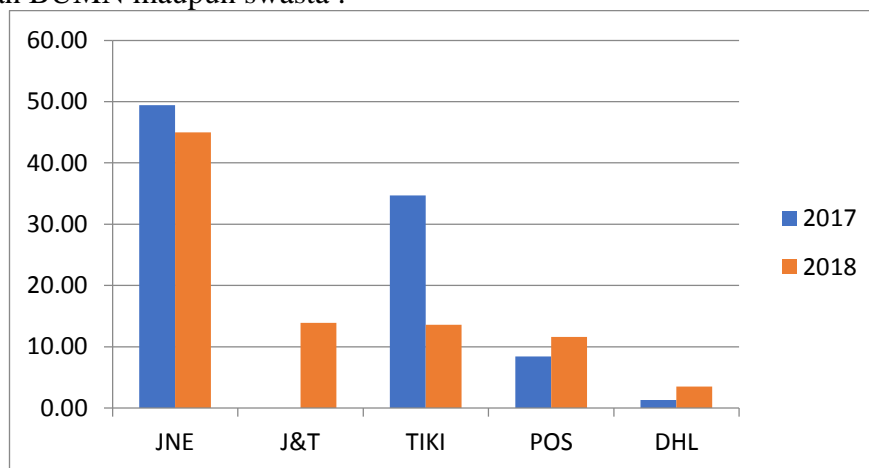
Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Cabang Langkat. Metode dalam penelitian ini deskriptif kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian yaitu karyawan PT. JNE Cabang Langkat yang berjumlah 60 responden sedangkan teknik penentuan dengan sampel jenuh. Adapun sumber data dalam penelitian ini dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian yaitu baik secara parsial dan simultan kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Cabang Langkat. Kemudian koefisien determinasi sebesar 0,395 (39,5%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 39,5% variasi variabel terikat, yaitu kualitas pelayanan dan lokasi pada model dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan Pada PT. JNE Cabang Langkat, sedangkan sisanya sebesar 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

PT. JNE sebagai salah satu perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik di Indonesia harus mampu memberikan atau menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen, sehingga mampu menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan pesaing yang dimaksud adalah TIKI, Pos Indonesia, FeDex, DHL, dan lain-lain. Sebagai salah satu gambaran akan luasnya pasar jasa kurir di Indonesia Gambar I.1 menunjukkan *market share* dari beberapa perusahaan jasa kurir di Indonesia, baik dari perusahaan BUMN maupun swasta :



Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Gambar 1:Perbandingan *Market Share* Jasa Kurir Indonesia Pada Tahun 2017 dan 2018

Dari Gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa JNE lebih unggul secara nasional dari tahun ke tahun dibandingkan perusahaan ekspedisi pesaingnya. Tetapi JNE mengalami penurunan dari tahun 2017 ke tahun 2018.

Tabel 1: Penurunan Konsumen

Bulan	Tahun 2017	Tahun 2018
Januari	14	10
Februari	27	22
Maret	20	10
April	18	15
Mei	11	7
Juni	16	18
Juli	27	20
Agustus	33	28
September	17	12
Oktober	20	21
November	30	20
Desember	21	17
Jumlah	254	200

Sumber: Data Diperoleh Dari PT JNE (2019)

Tabel di atas menggambarkan jumlah konsumen dari tahun 2017 ke tahun 2018 terdapat penurunan jumlah konsumen di PT. JNE Cabang Langkat. Beberapa keluhan konsumen akan kualitas Jasa PT. JNE Cabang Langkat pada tahun 2017 sampai 2018 yang didapat oleh peneliti melalui wawancara di antaranya paket yang dikirimkan tidak tepat waktu, hal ini diketahui dari tanggal penyampaian paket yang 5 sampai 7 hari tetapi paket yang dikirimkan membutuhkan waktu lebih lama yaitu sampai 10 hari, pengembalian paket yang tidak terkirim karena alamatnya tidak jelas diinformasikan kepada pengirim dalam waktu yang lama.

Hal ini diketahui dari informasi yang didapat oleh peneliti dengan mewawancarai beberapa konsumen PT. JNE Cabang Langkat, yaitu:

1. Paket berbentuk makanan terkadang sampai di penerima rusak. Hal ini diketahui dari konsumen yang mendapat informasi dari saudara yang menjadi penerima paket.
2. Karyawan dalam melayani konsumen dalam proses pelayanan yang lama.
3. Lokasi kantor yang berada di bukan jalan utama menyulitkan konsumen untuk menemukan kantor tersebut.

Mengukur kepuasan konsumen sangat bermanfaat bagi organisasi dalam rangka mengevaluasi posisi organisasi dibandingkan para pesaingnya, serta untuk menentukan faktor-faktor yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan dipengaruhi oleh jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan. Berdasarkan hal tersebut, maka untuk mendapatkan kepuasan konsumen maka perusahaan harus berusaha agar jasa yang dirasakan konsumen adalah lebih besar daripada yang diharapkan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa bahwa kepuasan konsumen terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan konsumen sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi konsumen terhadap jasa tersebut setelah konsumen merasakan kinerja jasa tersebut. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis.

Kepuasan menjadi sebuah ukuran yang diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap konsumennya. PT. JNE Cabang Langkat telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para konsumen, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para konsumen terhadap JNE Express, dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para konsumen terhadap kualitas pelayanan PT. JNE Cabang Langkat. Dari hal di atas dapat diketahui kekurangan PT. JNE Cabang Langkat sehingga dapat dievaluasi apakah

strategi pemasaran yang selama ini diterapkan PT. JNE Cabang Langkat sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan JNE Express memberikan kepuasan melalui pelayannya.

Pada dasarnya penilaian kualitas suatu jasa atau produk hampir sama dengan penilaian kepuasan konsumen, yaitu ditentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang dirasakan. Untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan dapat digunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empatu (*emphaty*).

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan ungkapan rasa puas atau tidak dari mengkonsumsi produk atau jasa yang dipilihnya. Umumnya rasa puas ini didapatkan jika nilai ekspekjtasi (harapan) melebihi dari kinerja produk atau jasa. Sebaliknya jika nilai nilai ekspektasi yang diharapkan konsumen tidak mampu dipenuhi melalui kinerja produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang ril atau actual dengan kinerja produk yang diharapkan (Etta Mamang Sangaji Dan Sopiah 2013). Selain itu kepuasan juga dapat diartikan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Keller 2012). Terakhir kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono 2012).

Kualitas Pelayanan

Pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa khususnya dunia perusahaan, pelayanan merupakan salah satu strategi perusahaan untuk merekrut calon konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan perusahaan lainnya. Sehingga pada hakekatnya memberikan *Service* yang baik kepada konsumen maka diharapkan menimbulkan rasa kepuasan di dalam diri konsumen. Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mempengaruhi kebutuhannya. Selera konsumen terhadap barang selalu berubah dan cenderung meningkat. Hal ini tentu mempengaruhi ekspektasi konsumen terhadap produk yang menjadi kebutuhannya, yaitu kualitas yang baik (Yuri; Rahmat Nurcahyo 2013). Sikap dan layanan karyawan merupakan elemen krusial yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa yang dihasilkan yang dihasilkan dan dipersepsikan konsumen (Tjiptono 2011). Kualitas jasa merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan konsumen (Keller 2012).

Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah yang dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan *place* atau lokasi usaha. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Alma Buchari 2013). Tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja (Sumarwan 2011). Ttempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Tjiptono 2012)

Kerangka Pemikiran Teoritis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang maju dan terus berkembang akan terus berbenah dan memberikan pelayanan kepada konsumen. Memahami apa yang diinginkan konsumen dalam mendapatkan pelayanan sangat penting dilakukan. Tujuannya agar konsumen tidak merasa kecewa atas layanan yang ia dapatkan. Selain itu perusahaan harus merepon dengan cepat perubahan yang ada dilingkungan bisnisnya. Karena hal ini bisa saja perubahan layanan bukan disebabkan permintaan konsumen melainkan juga respon atas strategi layanan para kompetitor. Menurut (Herwan Nafil 2019) (Nasib 2017) (Nasib dan Ratih Amelia 2018) (Indwati Lestari; Nasib 2019) (M. S. Nasib 2019) (Martin 2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

$H_1 =$ Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Cabang Langkat.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Persaingan di antara perusahaan dalam hal pemilihan lokasi merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan rasa kepuasan konsumen. Dengan lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh para konsumen tentunya akan menjadi keunggulan persaingan perusahaan. Kemudahan dalam akses mencapai lokasi perusahaan merupakan salah satu nilai tambah perusahaan. Hal ini akan membantu para konsumen untuk tidak bersusah payah dalam mencapai lokasi dimana produk tersebut dijual. Menurut (Loindong 2015) (Martin 2018) (Nasib 2019) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika lokasi ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

$H_2 =$ Terdapat pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan konsumen di PT. JNE Cabang Langkat

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Adapun jenis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif adalah cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran jelas melalui pengumpulan, penyusunan dan penganalisaan data sehingga dapat diketahui gambaran umum objek yang diteliti melalui data sampel ataupun populasi. Sementara kuantitatif merupakan hasil penelitian yang akan dihitung dan disajikan dalam bentuk angka berdasarkan regresi dan hipotesis. Metode kuantitatif adalah metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah yaitu konkrit/emperis, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiono 2012).

Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen PT. JNE Cabang Langkat. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel secara *Non probability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu, seluruh konsumen PT. JNE Cabang Langkat sebanyak 60 konsumen.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang tepat sangat penting, karena menentukan baik buruknya suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan usaha untuk memperoleh bahan-bahan keterangan serta kenyataan yang benar-benar nyata dan dapat dipertanggung jawabkan. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi
Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera.
2. Wawancara (*Interview*)
Wawancara digunakan sebagai teknik yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.
3. Kuesioner/Angket
Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.
4. Dokumentasi
Metode Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, *lengger*, agenda, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mencari data-data seperti volume penjualan dan sebagainya.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiono 2012) Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)". Model persamaan regresi linear berganda adalah seperti berikut ini:

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

Keterangan :

- Y = Kepuasan konsumen
 a = konstanta
 b₁b₂ = koefisien regresi
 X₁ = Kualitas pelayanan
 X₂ = Lokasi
 e = *error term*

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial (satu persatu) terhadap variabel terikat. Hasil uji dilakukan pada *ouput* SPSS 20 pada tabel *coeficient*. Hasil kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Kriteria pengambilan keputusan, yaitu :

1. Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara parsial.
2. Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dinyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009:81). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

1. Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama.
2. Ha $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Semakin besar nilai determinasi maka semakin baik kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Jika determinasi (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Keterangan :

D = Koefisien Determinan.

$$D = R^2 \times 100\%$$

R^2 = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.783	4.787		.999	.322		
X1	.308	.083	.451	3.708	.000	.693	1.444
X2	.333	.148	.274	2.254	.028	.693	1.444

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS (Terlampir)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 4,783 + 0,308X_1 + 0,333X_2 + e$$

Hasil dapat dilihat dari keterangan sebagai berikut:

1. Pada model regresi ini, nilai konstanta yang tercantum sebesar 4,783 dapat diartikan jika variabel bebas dalam model diasumsikan sama dengan nol, secara rata-rata variabel diluar model tetap akan meningkatkan kineja pelanggan sebesar 4,783 satu-satuan atau dengan kata lain jika variabel kualitas pelayanan dan lokasi tidak ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan sebesar 4,783 satuan.
2. Nilai besaran koefisien regresi b_1 sebesar 0,308 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa ketika Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,308 satuan.
3. Nilai besaran koefisien regresi b_2 sebesar 0,333 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa lokasi mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan Kepuasan pelanggan sebesar 0,333 satuan.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis pertama secara parsial dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3: Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.783	4.787		.999	.322		
	X1	.308	.083	.451	3.708	.000	.693	1.444
	X2	.333	.148	.274	2.254	.028	.693	1.444

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS (Terlampir)

Berdasarkan Tabel 3 di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai signifikansinya untuk variabel Kualitas Pelayanan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 3,708 > t_{tabel} 2,002$ ($n-k=60-3=57$). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Langkat.
2. Nilai signifikansinya untuk variabel Lokasi (0,028) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 2,254 > t_{tabel} 2,002$ ($n-k=60-3=57$). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel lokasi. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Langkat

Uji Simultan (Uji F)

Hasil pengujian uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4: Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	644.703	2	322.351	20.283	.000 ^b
	Residual	905.897	57	15.893		
	Total	1550.600	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS (Terlampir)

Pada hasil uji regresi dalam penelitian ini, diketahui nilai signifikansi 0,000. Dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai $F_{hitung} = 20,283 > F_{tabel} 3,16$ ($df1 = k-1=3-1=2$) sedangkan ($df2 = n - k$ ($60-3=57$)). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. JNE Cabang Langkat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji determinasi dapat dilihat pada Tabel 5 Berikut ini:

Tabel 5: Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.395	3.987

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh:

1. Nilai regresi korelasi sebesar 0,645 artinya secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan PT. JNE Cabang Langkat memiliki kontribusi pada taraf yang sedang.
2. Untuk variabel bebas lebih dari satu baik menggunakan *adjusted R Square*. Dimana nilai (R^2) sebesar 0,395 (39,5%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 39,5% variasi variabel terikat, yaitu kualitas pelayanan dan lokasi pada model dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan Pada PT. JNE Cabang Langkat, sedangkan sisanya sebesar 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Adapun variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni kualitas produk, kualitas pelayanan dan sebagainya.
3. *Standard Error Of The Estimated* adalah ukuran kesalahan prediksi. *Standard Error Of The Estimated* disebut dengan *standard* deviasi, Dalam penelitian ini nilainya sebesar 3,987, semakin kecil *standard* deviasi berarti model semakin baik.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Herwan Nafil 2019) (Nasib 2017) (Nasib dan Ratih Amelia 2018) (Indwati Lestari; Nasib 2019) (M. S. Nasib 2019) (Martin 2018) yang menyatakan bahwa kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini nilai signifikansinya untuk variabel Kualitas Pelayanan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 3,708$ ($n-k=60-3=57$) $> t_{tabel} 2,002$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel Kualitas Pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Langkat. Adapun upaya yang dapat dilakukan PT. JNE Cabang Langkat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu menjaa agar pengiriman barang sesuai dengan yang dijanjikan. Mengingta semakin banyak pelanggan yang merasa yakin PT. JNE Cabang Langkat memiliki komitmen yang baik dalam menjaga barang yang dititipkan para pelanggan.

Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan

Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Loindong 2015) (Martin 2018) (Nasib 2019) yang lokasi memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai signifikansinya untuk variabel Lokasi (0,028) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 2,254$ ($n-k=60-3=57$) $> t_{tabel} 2,002$. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel Lokasi. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Cabang Langkat. Adapun upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui lokasi yaitu dengan memberikan layanan tambahan kepad apara pelanggan yang mersa juah jika berada di lokasi yang sulit dijangkau dengan kendaraan umum.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial (satu-persatu) didapat pengaruh dari variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Sehingga ketika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Secara parsial (satu-persatu) didapat pengaruh dari variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Sehingga ketika lokasi ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Saran

1. Hendaknya variabel kualitas pelayanan hendaknya terus ditingkatkan melalui upaya kepastian waktu pengiriman. Sehingga diharapkan akan meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Hendaknya variabel lokasi sebaiknya terus ditingkatkan. Karena variabel lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dibandingkan dengan kualitas pelayanan sehingga hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Hendaknya karyawan terus berusaha memberikan yang terbaik dalam hal memberikan layanan kepada para pelanggan. Tujuannya yaitu agar mengurangi komplain atas kesalahan dalam melayani para pelanggan.
4. Hendaknya manajemen terus melakukan evaluasi dalam pengukuran kepuasan pelanggan melalui layanan dan lokasi yang diberikan.

Daftar Pustaka

- Alma Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Etta Mamang Sangaji Dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Herwan Nafil, Nasib. 2019. "Optimalisasi Kepuasan Pelayanan Dan Komunikasi Pada Supermarket Mr. Ben Medan." *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 4(2):111–18.
- Indwati Lestari; Nasib, Nirmalasari; Ihsan Effendi. 2019. "Determinant of Customer Relation Management Towards Minimarket Customers in Medan City." *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* 21(10):45–52.
- Keller, Philip Kotler; Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Loindong, Nicklouse Christian Lempoy; Silvya L. Mandey; Sjudry S. R. 2015. "Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3(1):1072–83.
- Martin, Nasib; 2018. "The Influence Of The Price Cuts And The Atmosphere Of The Campus Of Impulse Buying Studi In The Politeknik Unggul LP3M." Pp. 1–7 in *ICOES*. Vol. 1.
- Nasib. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kola Renan Bengawan Solo Pangkalan Brandan)." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 18(1):30–44.
- Nasib. 2019. "Optimalisasi Personal Selling, Lokasi Dan Harga Dalam Meningkatkan Keputusan Mengikuti Program Kepemilikan Rumah KPR Tipe 36." *Jurnal Mantik Penusa* 3(1):14–20.
- Nasib dan Ratih Amelia. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Kampus Terhadap Loyalitas Mahasiswa Mengikuti Program MGM (Member Get Member) Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening." *Abdi Ilmu* 1(1):121–33.
- Nasib, Maya Syahlina; 2019. "Pengukuran Kepuasan Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Medan Melalui Fasilitas Dan Pelayanan." *Abdi Ilmu* 12(2):51–57.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy; Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction Edisi 3*.

Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

Yuri; Rahmat Nurcahyo. 2013. *TQM Manajemen Kualitas Total Dalam Perspektif Teknik Industri*. Jakarta: PT. Indeks.