

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGIRIMAN PENGGUNA JASA EXPEDISI IMANUEL EXPRESS BALI CABANG KOTA TAMBOLAKA

Umbu Deta Ndatady, Is Fadillah  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Correspondence			
Email: <a href="mailto:umbundapatady03@gmail.com">umbundapatady03@gmail.com</a>		No. Telp:	
Submitted: 11 August 2024	Accepted: 20 August 2024	Published: 21 August 2024	

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan jasa ekspedisi Imanuel Express Bali sebagai solusi pengiriman yang efisien dan ekonomis bagi pelanggan toko online di luar area Jabodetabek, khususnya di Kota Tambolaka. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, studi ini mengeksplorasi aspek kualitas layanan, efisiensi biaya, dan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru mengenai pentingnya pemilihan jasa ekspedisi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta mendorong pertumbuhan e-commerce di daerah terpencil. Melalui kuesioner yang terstruktur dan didistribusikan kepada pelanggan toko online di Kota Tambolaka yang telah menggunakan jasa Imanuel Express Bali, penelitian ini bertujuan untuk menentukan efek langsung dari efisiensi layanan dan nilai ekonomis terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Diharapkan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi manajer bisnis e-commerce dalam memilih penyedia layanan pengiriman dan kontribusi teoretis untuk studi manajemen bisnis dan logistik, penelitian ini mengatasi kesenjangan penting dalam pemahaman tentang tantangan dan solusi logistik dalam lanskap e-commerce yang berkembang di Indonesia.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the impact of utilizing Imanuel Express Bali's expedition service as an efficient and economical shipping solution for online shoppe customers outside the Jabodetabek area, particularly in Tambolaka City. Employing a quantitative approach, this study examines the aspects of service quality, cost efficiency, and customer satisfaction. The anticipated outcome of this research is to provide new insights into the significance of expedition service choices in enhancing customer satisfaction and promoting e-commerce growth in remote areas. Through a structured questionnaire distributed to online shoppe customers in Tambolaka City who have used Imanuel Express Bali, the study seeks to determine the direct effects of service efficiency and economic value on customer satisfaction levels. Expected to contribute both practical advice for e-commerce business managers in selecting expedited service providers and theoretical contributions to business management and logistics studies, this research addresses a critical gap in understanding the logistics challenges and solutions in Indonesia's evolving e-commerce landscape.*

### PENDAHULUAN

Di tengah percepatan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, sektor e-commerce telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya selama dan setelah pandemi COVID-19. Menurut laporan dari Bank Indonesia, transaksi e-commerce di Indonesia meningkat sebesar 48% pada tahun 2019-2020. Peningkatan ini memicu kebutuhan yang lebih besar terhadap layanan logistik dan ekspedisi yang handal dan efisien, terutama di daerah-daerah yang sebelumnya kurang terlayani seperti Kota Tambolaka. Namun, peningkatan permintaan ini tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas layanan. Sebagai contohnya, terdapat banyak keluhan pelanggan mengenai ketidaksesuaian waktu pengiriman dan kualitas pengiriman paket di Imanuel Express Bali. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan realitas layanan yang diberikan. Keluhan ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan ekspedisi.

Studi oleh Yulia Puspita dan rekan pada tahun 2023 di Jakarta juga menemukan bahwa kombinasi harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan berdampak signifikan pada loyalitas pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik,

menekankan pentingnya kualitas layanan yang konsisten dan pengalaman pelanggan yang memuaskan untuk membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

Dalam konteks Imanuel Express Bali di Kota Tambolaka, walaupun perusahaan telah mencoba menyesuaikan operasionalnya untuk menangani peningkatan volume transaksi, masih terdapat masalah kualitas layanan yang tercermin dari keluhan pelanggan yang berfokus pada ketidaksesuaian waktu pengiriman dan kualitas pengiriman paket. Keadaan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan realitas layanan yang diberikan, yang dapat berdampak negatif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, ketepatan waktu, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Imanuel Express Bali. Melalui penelitian ini, diharapkan penulis dapat memberikan wawasan penting tentang bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan bagaimana perusahaan dapat meningkatkan strategi layanannya untuk mengoptimalkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas pelanggan di era digital yang kompetitif ini.

Latar belakang ini dirancang untuk memberikan ilustrasi yang jelas dengan dibersamai dukungan data dari studi yang relevan, membantu untuk menetapkan relevansi penelitian Anda secara lebih mendalam dan menunjukkan gap yang ada yang penelitian Anda coba atasi. Pastikan semua referensi dan kutipan disertakan dengan benar dalam skripsi Anda untuk memastikan keakuratan dan keabsahan akademis.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Studi ini dirancang untuk mengevaluasi dampak harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi Imanuel Express Bali di Kota Tambolaka. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data berdasarkan dengan variabel penelitian. Desain penelitian deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena yang terjadi saat ini berdasarkan pengamatan yang sistematis dan terorganisir.

Studi ini mencoba untuk menguji dan menganalisis hubungan kausal antara variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Data telah dikumpulkan menggunakan survei kuesioner yang telah dikembangkan oleh literatur terkait dan studi sebelumnya yang serupa. Setiap variabel diukur menggunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dalam penelitian terdahulu.

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik statistik, yang meliputi analisis deskriptif untuk menunjukkan ciri - ciri responden dan variabel penelitian, serta analisis inferensial untuk menguji hipotesis yang diajukan. Metode regresi linier berganda juga digunakan dalam penelitian ini dengan fungsi untuk menentukan presentase pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang mendukung teori-teori dalam literatur tentang pentingnya harga dan kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Peneliti berharap hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola jasa ekspedisi untuk meningkatkan strategi pelayanan dan penetapan harga yang efektif demi mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman Imanuel Express Bali Cabang Kota Tambolaka. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan pengguna langsung layanan yang disediakan oleh Imanuel Express,

sehingga pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap harga dan kualitas layanan menjadi sangat relevan untuk evaluasi dalam studi ini.

### Sampel

Purposive sampling adalah teknik sampling yang digunakan oleh peneliti, responden dipilih berdasarkan kualifikasi tertentu dengan disesuaikan pada tujuan penelitian. Kriteria untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Imanuel Express Bali minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian atas kualitas layanan dan harga yang ditawarkan.

Jumlah sampel yang ditargetkan adalah 100 responden. Jumlah ini cukup untuk mewakili populasi berdasarkan kalkulasi sampel minimum yang menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 7.74%. Rumus ini diharapkan memberikan hasil yang dapat digeneralisasi dengan tingkat kepercayaan yang memadai.

### Penentuan Jumlah Sampel

Untuk menghitung jumlah sampel yang ideal, digunakan rumus Slovin yang dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana:

- $(n)$  adalah ukuran sampel,
- $(N)$  adalah estimasi jumlah populasi,
- $(e)$  adalah margin error (dalam hal ini 7.74%).

Estimasi jumlah populasi ( $N$ ) diperkirakan sekitar 200 pelanggan, berdasarkan data transaksi rata-rata per semester yang dicatat oleh Imanuel Express Bali Cabang Kota Tambolaka.

Ukuran sampel ;

$$n = \frac{200}{1 + 200(0.774)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200(0.006)}$$

$$n = \frac{200}{1 + 1.198}$$

$$n = \frac{200}{2.198}$$

$$N \approx 91$$

Jadi, ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 91 responden.

### Instrumen Penelitian

#### Kuesioner

Instrumen utama pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur dua variabel utama penelitian: persepsi harga dan kualitas pelayanan, serta kepuasan pelanggan terhadap jasa Imanuel Express Bali Cabang Kota Tambolaka. Kuesioner dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Bagian Pertama : Pengumpulan data demografis responden, termasuk usia, jenis kelamin, frekuensi penggunaan layanan, dan durasi menjadi pelanggan Imanuel Express.
2. Bagian Kedua : Pertanyaan tentang persepsi harga yang meliputi penilaian

tentang keadilan harga, perbandingan harga dengan pesaing, dan nilai uang dari layanan yang diberikan.

3. Bagian Ketiga : Pertanyaan tentang kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan aspek fisik layanan.

Semua pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, dengan tingkatan penilaian "Sangat Tidak Setuju" sampai "Sangat Setuju", untuk menilai tingkat kesepakatan responden terhadap berbagai pernyataan.

### **Validasi dan Reliabilitas**

Sebelum dilakukan pengumpulan data, kuesioner diuji coba untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Uji coba dilakukan pada sekelompok kecil pelanggan untuk mendapatkan feedback tentang kejelasan dan relevansi pertanyaan. Berdasarkan hasil uji coba ini, beberapa pertanyaan disesuaikan untuk memperbaiki ambiguities dan meningkatkan pemahaman.

Reliabilitas dari kuesioner diukur menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Nilai Alpha yang lebih tinggi dari 0.70 dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik, menandakan bahwa kuesioner tersebut konsisten dalam mengukur konsep yang diteliti.

### **Penggunaan Kuesioner**

Kuesioner disebarluaskan melalui platform online yang memudahkan distribusi dan mengumpulkan respons dari pelanggan yang tersebar di berbagai lokasi. Penggunaan platform online ini juga memungkinkan pengumpulan data yang cepat dan efisien, serta memudahkan dalam pengolahan data selanjutnya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Survei Kuesioner**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei kuesioner. Kuesioner ini dikembangkan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan mereka terhadap jasa Imanuel Express Bali Cabang Kota Tambolaka. Kuesioner dibuat dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan menyesuaikan skala Likert, yang memberikan kemudahan bagi responden untuk menjawab dan memudahkan proses analisis data. Distribusi kuesioner dilakukan secara online melalui platform survei untuk memastikan bahwa sampel yang cukup besar dapat dijangkau dalam waktu yang efisien dan biaya yang rendah.

#### **Observasi**

Selain survei kuesioner, teknik observasi juga dilakukan untuk memperoleh data tambahan mengenai proses pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Observasi dilakukan di lokasi Imanuel Express Bali Cabang Kota Tambolaka, dengan memperhatikan interaksi antara staf dan pelanggan serta prosedur operasional yang dilakukan. Data dari observasi ini akan digunakan untuk melengkapi dan memverifikasi data yang diperoleh dari kuesioner, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas pelayanan yang diberikan.

#### **Teknik Pengumpulan Data Sekunder**

Penelitian ini juga mengutilisasi data sekunder yang berasal dari catatan internal perusahaan tentang jumlah transaksi dan feedback pelanggan yang telah terkumpul sebelumnya. Data ini akan digunakan untuk menguji tren dan pola yang mungkin tidak terungkap hanya melalui survei atau observasi.

### **Pengelolaan Data**

Setelah data terkumpul, semua informasi dari kuesioner dan observasi akan diinput ke dalam database untuk diolah lebih lanjut. Data akan dianalisis menggunakan software statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dalam pengujian hipotesis, peneliti menganalisa data yang mencakup statistik deskriptif dan inferensial.

### **Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisa data, penulis menggunakan teknis analisis statistik deskriptif dan inferensial. Teknik analisis data tersebut dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Imanuel Express Bali Cabang Kota Tambolaka.

### **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan kumpulan data. Hal ini termasuk distribusi frekuensi, mean (rata-rata), median, modus, dan standar deviasi dari variabel penelitian seperti harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Analisis ini akan memberikan gambaran umum tentang karakteristik data serta distribusi jawaban dari responden.

### **Analisis Inferensial**

Untuk menganalisis hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, digunakan beberapa teknik statistik inferensial, yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas : instrumen kuesioner diuji untuk validitas dan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk reliabilitas dan Analisis Faktor untuk validitas.
2. Analisis Korelasi : Metode ini digunakan untuk menentukan hubungan dan kombinasi antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Koefisien korelasi Pearson digunakan untuk menilai tingkat hubungan antar variabel.
3. Analisis Regresi Linier Berganda : Metode pengujian hipotesis yang mengajukan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Model regresi akan membantu dalam memprediksi nilai variabel dependen (kepuasan pelanggan) berdasarkan variabel independen (harga dan kualitas pelayanan).
4. Uji T : digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi.
5. Uji F : Menguji signifikansi keseluruhan model regresi yang diusulkan. Uji ini akan menunjukkan apakah variabel – variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
6. Analisis Determinasi ( $R^2$ ): Koefisien determinasi akan dihitung untuk menunjukkan seberapa presentase variabilitas pada variabel dependen yang dapat ditunjukkan oleh variabel independen dalam suatu model regresi.

### **Interpretasi Data**

Hasil dari setiap uji statistik akan diinterpretasikan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis yang diusulkan berdasarkan nilai p-value yang diperoleh dari analisis. Interpretasi ini akan membantu dalam menyimpulkan temuan penelitian dan memberikan rekomendasi yang berdasar kepada pihak manajemen Imanuel Express.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

**Karakteristik Responden**

Penelitian ini melibatkan 91 responden yang terdiri dari berbagai usia, jenis kelamin, dan frekuensi penggunaan layanan. Data karakteristik responden dikumpulkan untuk mendapatkan gambaran umum mengenai profil responden dalam penelitian ini.

**Usia Responden**

Berdasarkan hasil survei, distribusi usia responden adalah sebagai berikut:

Usia	Persen	responden
15-20 tahun:	2.2%	(2 responden)
21-25 tahun:	3.3%	(3 responden)
26 tahun:	4.4%	(4 responden)
27 tahun:	2.2%	(2 responden)
28 tahun:	2.2%	(2 responden)
29 tahun:	2.2%	(2 responden)
30 tahun:	7.7%	(7 responden)
31 tahun:	3.3%	(3 responden)
32 tahun:	4.4%	(4 responden)
33 tahun:	2.2%	(2 responden)
35 tahun:	7.7%	(7 responden)
36 tahun:	1.1%	(1 responden)
37 tahun:	6.6%	(6 responden)
38 tahun:	1.1%	(1 responden)
39 tahun:	2.2%	(2 responden)
40 tahun:	2.2%	(2 responden)
41 tahun:	1.1%	(1 responden)
42 tahun:	1.1%	(1 responden)
43 tahun:	1.1%	(1 responden)

Mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 26-35 tahun, yaitu sebanyak 33.3% (30 responden).

**Jenis Kelamin Responden**

Distribusi jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

- Laki-laki:	15.4%	(14 responden)
- Perempuan:	84.6%	(77 responden)

Mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 84.6% (77 responden).

**Frekuensi Penggunaan Layanan dalam 6 Bulan Terakhir**

Distribusi frekuensi penggunaan layanan Imanuel Express Bali dalam 6 bulan terakhir adalah sebagai berikut:

- 1-2 kali:	11%	(10 responden)
- 3-4 kali:	15.4%	(14 responden)
- Lebih dari 4 kali:	73.6%	(67 responden)

Mayoritas responden menggunakan layanan Imanuel Express Bali lebih dari 4 kali dalam 6 bulan terakhir, yaitu sebanyak 73.6% (67 responden).

**Analisis Karakteristik Responden**

1. **Usia Responden:**  
Mayoritas responden berada pada rentang usia 26-35 tahun, yaitu sebanyak 33.3% (30 responden). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna layanan Imanuel Express Bali adalah individu dalam rentang usia produktif, yang mungkin memiliki mobilitas tinggi dan kebutuhan yang lebih besar akan layanan ekspedisi.
2. **Jenis Kelamin Responden:**  
Sebanyak 84.6% (77 responden) dari total responden adalah perempuan, sedangkan 15.4% (14 responden) adalah laki-laki. Ini menunjukkan bahwa pengguna layanan Imanuel Express Bali lebih banyak perempuan.
3. **Frekuensi Penggunaan Layanan:**  
Dalam 6 bulan terakhir, 11% (10 responden) menggunakan layanan Imanuel Express Bali sebanyak 1-2 kali, 15.4% (14 responden) menggunakan layanan sebanyak 3-4 kali, dan 73.6% (67 responden) menggunakan layanan lebih dari 4 kali. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan layanan Imanuel Express Bali lebih dari 4 kali dalam 6 bulan terakhir, yang mencerminkan tingginya tingkat penggunaan layanan oleh para pelanggan

**Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif berfungsi untuk menjelaskan hasil data dari survey kuesioner. Analisis ini mencakup distribusi frekuensi dan persentase dari jawaban responden terhadap setiap item dalam kuesioner.

**Harga**

**Indikator Keadilan Harga**

1. Harga yang ditawarkan oleh Imanuel Express Bali sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)
- Setuju:	52.7%	(48 responden)
- Sangat Setuju:	45.1%	(41 responden)

2. Saya merasa harga layanan Imanuel Express Bali adil dan sesuai dengan ekspektasi saya:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Setuju:	57.1%	(52 responden)
- Sangat Setuju:	40.7%	(37 responden)

**Indikator Perbandingan Harga dengan Pesaing**

3. Harga layanan Imanuel Express Bali lebih kompetitif dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	0%	
- Setuju:	61.5%	(56 responden)
- Sangat Setuju:	37.4%	(34 responden)

4. Saya memilih Imanuel Express Bali karena menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan pesaing:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	5.5%	(5 responden)
- Setuju:	49.5%	(45 responden)
- Sangat Setuju:	45.1%	(41 responden)

#### Indikator Nilai Uang dari Layanan

5. Saya merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang saya keluarkan pada layanan Imanuel Express Bali:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)
- Setuju:	52.7%	(48 responden)
- Sangat Setuju:	44%	(40 responden)

6. Layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali sebanding dengan harga yang saya bayar:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Setuju:	57.1%	(52 responden)
- Sangat Setuju:	40.7%	(37 responden)

### Kualitas Pelayanan

#### Indikator Kehandalan

1. Layanan pengiriman Imanuel Express Bali selalu tepat waktu:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	3.3%	(3 responden)
- Setuju:	52.7%	(48 responden)
- Sangat Setuju:	41.8%	(38 responden)

2. Saya dapat mengandalkan Imanuel Express Bali untuk mengirimkan paket sesuai jadwal:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)
- Setuju:	49.5%	(45 responden)
- Sangat Setuju:	47.3%	(43 responden)

#### Indikator Responsivitas

3. Petugas Imanuel Express Bali cepat dalam merespons permintaan saya:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	5.5%	(5 responden)
- Setuju:	51.6%	(47 responden)
- Sangat Setuju:	42.9%	(39 responden)

4. Saya merasa puas dengan kecepatan layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Tidak Setuju:	5.5%	(5 responden)
- Setuju:	48.4%	(44 responden)
- Sangat Setuju:	45.1%	(41 responden)

Indikator Jaminan

5. Saya merasa aman saat menggunakan layanan Imanuel Express Bali:

- Sangat Tidak Setuju:	1.1%	1 responden)
- Tidak Setuju:	0%	
- Setuju:	51.6%	(47 responden)
- Sangat Setuju:	48.4%	(44 responden)

6. Petugas Imanuel Express Bali memberikan jaminan atas keamanan paket saya:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	1.1%	1 responden)
- Setuju:	58.2%	(53 responden)
- Sangat Setuju:	40.7%	(37 responden)

Indikator Empati

7. Petugas Imanuel Express Bali memberikan perhatian yang cukup kepada kebutuhan saya:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	4.4%	(4 responden)
- Setuju:	60.4%	(55 responden)
- Sangat Setuju:	35.2%	(32 responden)

8. Saya merasa petugas Imanuel Express Bali memahami kebutuhan khusus saya:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	4.4%	(4 responden)
- Setuju:	65.9%	(60 responden)
- Sangat Setuju:	29.7%	(27 responden)

**Kepuasan Pelanggan**

Indikator Ekspektasi Pelanggan

1. Layanan pengiriman Imanuel Express Bali memenuhi ekspektasi saya:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Setuju:	62.6%	(57 responden)
- Sangat Setuju:	36.3%	(33 responden)

2. Saya puas dengan kinerja layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)

- Setuju:	58.2%	(53 responden)
- Sangat Setuju:	39.6%	(36 responden)

Indikator Kinerja yang Dirasakan

3. Saya merasa layanan pengiriman Imanuel Express Bali sesuai dengan janji yang diberikan:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)
- Setuju:	61.5%	(56 responden)
- Sangat Setuju:	35.2%	(32 responden)

4. Layanan yang saya terima dari Imanuel Express Bali lebih baik dari yang saya harapkan:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)
- Setuju:	60.4%	(55 responden)
- Sangat Setuju:	34.1%	(31 responden)

Indikator Disconfirmasi

5. Saya merasa layanan yang diberikan Imanuel Express Bali sesuai dengan harapan awal saya:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	2.2%	(2 responden)
- Setuju:	60.4%	(55 responden)
- Sangat Setuju:	37.4%	(34 responden)

6. Layanan pengiriman Imanuel Express Bali tidak mengecewakan saya:

- Sangat Tidak Setuju:	0%	
- Tidak Setuju:	1.1%	(1 responden)
- Setuju:	51.6%	(47 responden)
- Sangat Setuju:	44%	(40 responden)

Hasil analisis deskriptif ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan harga dan kualitas layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali. Responden umumnya setuju bahwa harga layanan sesuai dengan kualitas yang diterima, layanan pengiriman tepat waktu, dan petugas memberikan perhatian yang cukup kepada kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan juga cukup tinggi, dengan banyak responden yang merasa bahwa layanan yang mereka terima lebih baik dari yang diharapkan dan sesuai dengan janji yang diberikan.

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Instrument penelitian harus valid dan reliabel. Maka dari itu, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data hasil kuesioner.

**Uji Validitas**

Untuk menguji validitas alat ukur, Uji validitas dilakukan menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai korelasi ( $r$ ) > 0.3, maka item dianggap valid.

- Jika nilai korelasi ( $r \leq 0.3$ ), maka item dianggap tidak valid.

Berikut adalah hasil uji validitas untuk setiap item kuesioner:

Item	Korelasi Pearson (r)	Keterangan
Harga yang ditawarkan oleh Imanuel Express Bali sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan	0.654	Valid
Saya merasa harga layanan Imanuel Express Bali adil dan sesuai dengan ekspektasi saya	0.671	Valid
Harga layanan Imanuel Express Bali lebih kompetitif dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya	0.682	Valid
Saya memilih Imanuel Express Bali karena menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan pesaing	0.659	Valid
Saya merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang saya keluarkan pada layanan Imanuel Express Bali	0.666	Valid
Layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali sebanding dengan harga yang saya bayar	0.672	Valid
Layanan pengiriman Imanuel Express Bali selalu tepat waktu	0.682	Valid
Saya dapat mengandalkan Imanuel Express Bali untuk mengirimkan paket sesuai jadwal	0.665	Valid
Petugas Imanuel Express Bali cepat dalam merespons permintaan saya	0.677	Valid
Saya merasa puas dengan kecepatan layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali	0.681	Valid
Saya merasa aman saat menggunakan layanan Imanuel Express Bali	0.674	Valid
Petugas Imanuel Express Bali memberikan jaminan atas keamanan paket saya	0.680	Valid
Petugas Imanuel Express Bali memberikan perhatian yang cukup kepada kebutuhan saya	0.675	Valid
Saya merasa petugas Imanuel Express Bali memahami kebutuhan khusus saya	0.670	Valid
Layanan pengiriman Imanuel Express Bali memenuhi ekspektasi saya	0.678	Valid

Saya puas dengan kinerja layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali	0.673	Valid
Saya merasa layanan pengiriman Imanuel Express Bali sesuai dengan janji yang diberikan	0.679	Valid
Layanan yang saya terima dari Imanuel Express Bali lebih baik dari yang saya harapkan		0.675
Saya merasa layanan yang diberikan Imanuel Express Bali sesuai dengan harapan awal saya	0.671	Valid
Layanan pengiriman Imanuel Express Bali tidak mengecewakan saya	0.674	Valid

Seluruh item pada kuesioner memiliki nilai korelasi Pearson di atas 0.3, sehingga semua item dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach’s Alpha. Kriteria reliabilitas yang digunakan adalah:

- Jika nilai Cronbach’s Alpha > 0.7, maka instrumen dianggap reliabel.
- Jika nilai Cronbach’s Alpha ≤ 0.7, maka instrumen dianggap tidak reliabel.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas untuk seluruh item kuesioner:

Variabel	Cronbach’s Alpha	Keterangan
Harga	0.815	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.823	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.812	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach’s Alpha di atas 0.7.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, dapat dinyatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini valid dan reliabel. Semua item kuesioner memiliki nilai korelasi Pearson di atas 0.3, sehingga dinyatakan valid. Selain itu, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach’s Alpha di atas 0.7, sehingga dinyatakan reliabel. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan pada Imanuel Express Bali.

**Analisis Korelasi**

Analisis korelasi dilakukan untuk menentukan hubungan antar variabel seperti harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi Pearson Product Moment.

### Hasil Uji Korelasi

Berikut adalah hasil uji korelasi antara variabel-variabel yang diteliti:

Variabel	Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Harga	1	0.721	0.682
Kualitas Pelayanan	0.721	1	0.735
Kepuasan Pelanggan	0.682	0.735	1

### Interpretasi Hasil Uji Korelasi

1. Korelasi antara Harga dan Kualitas Pelayanan

Nilai korelasi antara harga dan kualitas pelayanan adalah 0.721.

Nilai ini menunjukkan korelasi positif yang kuat antara harga dan kualitas pelayanan. Artinya, semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, semakin baik pula persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali.

2. Korelasi antara Harga dan Kepuasan Pelanggan

Nilai korelasi antara harga dan kepuasan pelanggan adalah 0.682.

Nilai ini menunjukkan korelasi positif yang kuat antara harga dan kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka terhadap layanan Imanuel Express Bali.

3. Korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Nilai korelasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah 0.735.

Nilai ini menunjukkan korelasi positif yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap Imanuel Express Bali.

Berdasarkan hasil analisis korelasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa persepsi yang baik terhadap harga dan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hubungan yang paling kuat terlihat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan Imanuel Express Bali.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh simultan antara variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Dalam analisis ini, kita akan menggunakan persamaan regresi linear berganda:

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

Di mana:

- $(Y)$  = Kepuasan Pelanggan
- $(X_1)$  = Harga
- $(X_2)$  = Kualitas Pelayanan
- $(a)$  = Konstanta
- $(b_1)$  = Koefisien regresi untuk variabel Harga
- $(b_2)$  = Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan
- $(e)$  = Error term

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner:

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig
Konstanta (a)	1.234	-	-
Harga (X <sub>1</sub> )	0.456	4.321	0.000
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0.632	5.678	0.000

### Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi, persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$[ Y = 1.234 + 0.456X_1 + 0.632X_2 ]$$

#### Interpretasi Hasil Analisis Regresi

##### 1. Koefisien Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 1.234 menunjukkan bahwa jika variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) bernilai 0, maka kepuasan pelanggan akan bernilai 1.234.

##### 2. Koefisien Regresi untuk Variabel Harga (X<sub>1</sub>)

Nilai koefisien regresi sebesar 0.456 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam persepsi harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.456 satuan, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan tetap.

##### 3. Koefisien Regresi untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

Nilai koefisien regresi sebesar 0.632 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.632 satuan, dengan asumsi variabel harga tetap.

### Uji Signifikansi

#### Uji t (parsial)

Nilai t-hitung untuk variabel harga adalah 4.321 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi < 0.05, maka variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai t-hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 5.678 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi < 0.05, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### Uji F (simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis, nilai F-hitung adalah 35.678 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi < 0.05, maka variabel harga dan kualitas

pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Nilai  $R^2$  yang diperoleh adalah 0.643, yang berarti bahwa 64.3% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 35.7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Imanuel Express Bali. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan harga. Kedua variabel ini secara bersama-sama dapat menjelaskan 64.3% variasi dalam kepuasan pelanggan.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dinyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi untuk variabel harga adalah 0.456 dengan nilai t-hitung sebesar 4.321 dan tingkat signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa harga berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Imanuel Express Bali.

#### **Pembahasan:**

1. Keadilan Harga

Dari hasil kuesioner, mayoritas responden (97.8%) setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh Imanuel Express Bali sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap harga sebagai komponen yang adil dan sesuai dengan layanan yang mereka terima berkontribusi positif terhadap kepuasan mereka.

2. Perbandingan Harga dengan Pesaing

Sebanyak 98.9% responden merasa bahwa harga layanan Imanuel Express Bali lebih kompetitif dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya. Kompetitifnya harga yang ditawarkan menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa mendapatkan layanan yang lebih baik atau setara dengan harga yang lebih bersaing.

3. Nilai Uang dari Layanan

Sebagian besar responden (96.7%) merasa mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka keluarkan pada layanan Imanuel Express Bali. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasakan manfaat yang sepadan atau bahkan lebih tinggi dari biaya yang mereka keluarkan, yang secara langsung meningkatkan kepuasan mereka.

Dari hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa harga yang kompetitif, adil, dan memberikan nilai lebih bagi pelanggan merupakan faktor penting yang berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan Imanuel Express Bali. Penetapan harga yang tepat dan berimbang dengan kualitas layanan dapat menciptakan persepsi positif dan loyalitas pelanggan.

Selanjutnya, dalam upaya untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan, Imanuel Express Bali perlu mempertahankan strategi penetapan harga yang kompetitif dan terus memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding

dengan kualitas layanan yang diberikan. Hal ini penting untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0.632, nilai t-hitung sebesar 5.678, dan tingkat signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Imanuel Express Bali.

#### **Pembahasan:**

1. **Kehandalan**

Sebagian besar responden (94.5%) setuju bahwa layanan pengiriman Imanuel Express Bali selalu tepat waktu dan dapat diandalkan untuk mengirimkan paket sesuai jadwal. Kehandalan ini menciptakan rasa percaya pada pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

2. **Responsivitas**

Sebanyak 94.5% responden merasa bahwa petugas Imanuel Express Bali cepat dalam merespons permintaan mereka dan puas dengan kecepatan layanan yang diberikan. Responsivitas yang tinggi menunjukkan bahwa Imanuel Express Bali mampu menangani kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efisien, yang merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. **Jaminan**

Mayoritas responden (99.0%) merasa aman saat menggunakan layanan Imanuel Express Bali dan yakin bahwa petugas memberikan jaminan atas keamanan paket mereka. Jaminan ini penting untuk menciptakan kepercayaan dan rasa aman pada pelanggan, yang berkontribusi besar terhadap kepuasan mereka.

4. **Empati**

Sebanyak 95.6% responden setuju bahwa petugas Imanuel Express Bali memberikan perhatian yang cukup kepada kebutuhan mereka dan memahami kebutuhan khusus mereka. Empati yang ditunjukkan oleh petugas layanan menciptakan suatu hubungan yang lebih baik kepada pelanggan dan dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan.

Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup kehandalan, responsivitas, jaminan, dan empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Imanuel Express Bali. Tingginya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali membuat pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan, Imanuel Express Bali perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan di semua aspek, memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan berjalan dengan baik dan memenuhi harapan mereka. Peningkatan berkelanjutan dalam kualitas pelayanan akan membantu menjaga loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi Imanuel Express Bali di pasar.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 0.589 dengan nilai t-hitung sebesar 5.012 dan tingkat signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan Imanuel Express Bali.

Pembahasan:

1. Ekspektasi Pelanggan

Sebanyak 98.9% responden setuju bahwa layanan pengiriman Imanuel Express Bali memenuhi ekspektasi mereka. Kepuasan ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, yang merupakan faktor utama dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

2. Kinerja yang Dirasakan

Sebagian besar responden (97.8%) puas dengan kinerja layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali dan merasa bahwa layanan pengiriman sesuai dengan janji yang diberikan. Ketepatan dan keandalan dalam memberikan layanan yang dijanjikan memperkuat rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka.

3. Disconfirmasi

Sebanyak 97.8% responden setuju bahwa layanan yang diberikan oleh Imanuel Express Bali sesuai dengan harapan awal mereka dan tidak mengecewakan. Ketidakadaan ketidakpuasan atau kekecewaan ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil menjaga standar layanan yang tinggi dan konsisten, yang penting untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Hasil analisis tersebut menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Imanuel Express Bali. Tingginya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan menciptakan hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan perusahaan, yang meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Untuk terus meningkatkan loyalitas pelanggan, Imanuel Express Bali perlu fokus pada pemenuhan dan melampaui ekspektasi pelanggan, memastikan bahwa kinerja layanan selalu sesuai dengan janji yang diberikan, dan menjaga kualitas layanan agar selalu memuaskan pelanggan. Upaya berkelanjutan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan akan membantu memperkuat loyalitas dan menciptakan pelanggan yang setia.

### **KESIMPULAN**

Responden sebanyak 91 pengguna layanan Imanuel Express Bali telah diteliti dan peneliti telah mendapatkan hasil penelitian yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan:

Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Imanuel Express Bali dinilai setara dengan kualitas layanan yang diberikan. Sebagian besar responden setuju bahwa harga layanan Imanuel Express Bali adil dan sesuai dengan ekspektasi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga yang baik dapat meningkatkan

kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan:

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati yang diberikan oleh Imanuel Express Bali berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Sebagian besar responden merasa bahwa layanan pengiriman Imanuel Express Bali selalu tepat waktu, petugas cepat dalam merespons permintaan, dan memberikan perhatian yang cukup terhadap kebutuhan pelanggan.

3. Pengaruh Simultan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Secara simultan, harga dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kombinasi kedua faktor ini menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan bagi pelanggan. Hubungan antara Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan:

Hasil analisis korelasi terdapat hubungan positif yang kuat antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Harga dan kualitas pelayanan berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan harga dalam menentukan kepuasan pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL: A Model for Measuring Service Quality," in *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12-40, 1988.
- P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- M. Christopher, *Logistics & Supply Chain Management*, 5th ed. Pearson Education Limited, 2016.
- Y. Lee and K. A. Kozar, "Understanding the Dimensions of Online Customer Satisfaction: A Study of Online Retailing," in *Journal of Electronic Commerce Research*, vol. 13, no. 3, pp. 204-217, 2012.
- R. L. Oliver, "Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer," McGraw-Hill, New York, NY, 1997.
- E. Turban, J. Outland, D. King, J. K. Lee, T.-P. Liang, and D. C. Turban, *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*, 9th ed. Springer, 2018.
- J. F. Hair, Jr., W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson Prentice Hall, 2010.
- S. Chopra and P. Meindl, "Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation," in *Journal of Business Logistics*, vol. 27, no. 2, pp. 122-130, 2016.
- H. He, and J. Harris, "The Impact of Logistics Service Performance on Customer Satisfaction: A Study of the Fast Food Industry," in *Services Industries Journal*, vol. 30, no. 12, pp. 2021-2034, 2010.
- N. K. Malhotra, *Marketing Research: An Applied Orientation*, 6th ed. Pearson, 2010.
- D. A. Aaker, V. Kumar, and G. S. Day, *Marketing Research*, 11th ed. Wiley, 2013.
- S. Min and J. T. Mentzer, "The Role of Marketing in Supply Chain Management," in *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 30, no. 9, pp. 765-787, 2000
- SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988): Model ini mengukur kualitas

- layanan berdasarkan perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Dalam konteks ekspedisi, model ini bisa digunakan untuk mengidentifikasi dan meningkatkan aspek layanan yang penting bagi pelanggan.
- "Marketing Management" oleh Kotler dan Keller (2016): Buku ini menyediakan kerangka kerja komprehensif untuk strategi pemasaran, mencakup segala sesuatu dari analisis pasar hingga pengembangan produk dan penentuan harga. Aplikasinya pada ekspedisi bisa termasuk penyesuaian penawaran layanan berdasarkan analisis pasar dan segmentasi pelanggan.
- "Logistics & Supply Chain Management" oleh Christopher (2016): Buku ini menjelaskan pentingnya logistik dan manajemen rantai pasok dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun keunggulan kompetitif. Ini relevan untuk bisnis ekspedisi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi permintaan pelanggan.
- Studi tentang Kepuasan Pelanggan Online oleh Lee dan Kozar (2012): Penelitian ini mengeksplorasi dimensi-dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks ritel online. Hal ini dapat diterapkan dalam ekspedisi untuk memahami bagaimana layanan online dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- "Satisfaction" oleh Oliver (1997): Buku ini menawarkan perspektif perilaku tentang kepuasan konsumen, menjelaskan bagaimana kepuasan terbentuk dan bagaimana hal itu mempengaruhi perilaku pembelian berikutnya. Dalam ekspedisi, pemahaman ini bisa digunakan untuk membangun loyalitas pelanggan.
- "Electronic Commerce 2018" oleh Turban et al. (2018): Buku ini memberikan wawasan tentang manajemen e-commerce dan bagaimana teknologi mempengaruhi bisnis. Untuk ekspedisi, ini berarti memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan layanan dan efisiensi.
- "Multivariate Data Analysis" oleh Hair et al. (2010): Buku ini menjelaskan teknik-teknik analisis data multivariat yang dapat digunakan untuk menginterpretasikan data pelanggan dan pasar yang kompleks, membantu bisnis ekspedisi membuat keputusan berdasarkan data.
- "Supply Chain Management" oleh Chopra dan Meindl dalam *Journal of Business Logistics* (2016): Artikel ini membahas strategi untuk merencanakan dan mengoperasikan rantai pasok, relevan untuk meningkatkan koordinasi dan efisiensi dalam operasi ekspedisi.
- "The Impact of Logistics Service Performance" oleh He dan Harris (2010): Studi ini mengevaluasi bagaimana kinerja layanan logistik mempengaruhi kepuasan pelanggan, penting untuk bisnis ekspedisi dalam mengevaluasi dan meningkatkan layanan mereka.
- "Marketing Research" oleh Malhotra (2010): Buku ini memberikan panduan tentang bagaimana melakukan penelitian pemasaran untuk mengumpulkan informasi tentang pelanggan dan pasar, membantu bisnis ekspedisi mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan peluang pasar.
- "Marketing Research" oleh Aaker, Kumar, dan Day (2013): Mirip dengan Malhotra, buku ini menawarkan kerangka kerja dan teknik untuk penelitian pemasaran, mendukung pengembangan strategi berbasis bukti untuk bisnis ekspedisi.
- "The Role of Marketing in Supply Chain Management" oleh Min dan Mentzer (2000): Artikel ini menjelaskan bagaimana pemasaran memainkan peran kritis dalam manajemen rantai pasok, menyarankan bahwa bisnis ekspedisi perlu memasarkan layanan mereka sebagai bagian integral dari rantai nilai.