

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA J&T *EXPRESS* DI PERAWANG**

SKRIPSI



Oleh :

WAHYUNI SIBURIAN

11170298

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyuni Siburian
NIM : 11170298
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA J&T EXPRESS DI PERAWANG”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 20 April 2021

Yang menyatakan



(Wahyuni Siburian)

NIM. 11170298

HALAMAN PENGAJUAN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

WAHYUNI SIBURIAN

NIM : 11170298

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA J&T EXPRESS DI PERAWANG”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

WAHYUNI SIBURIAN

11170298

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada tanggal 9 April 2021

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr., MM
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta ...19 APR 2021

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)

Ketua Program Studi Manajemen



(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Ketepatan Waktu
Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T *Express* di
Perawang

Nama : Wahyuni Siburian

Mata Kuliah: Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi: Manajemen

Semester : Genap

Tahun : 2020/2021

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Yogyakarta, 25 Maret 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



(Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA J&T EXPRESS DI PERAWANG.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiatisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 25 Maret 2021.....



Penulis

Wahyuni Siburian

HALAMAN MOTO

Dia memberi kekuatan kepada yang lelah dan menambah semangat kepada
yang tiada berdaya

Yesaya 40:29

Hati yang gembira adalah obat yang manjur, tetapi semangat yang patah
mengeringkan tulang.

Amsal 17 : 22

*The fear of the lord is a beginning for knowledge, but a foolish person despises
wisdom and discipline.*

Proverb 1:7

Apa pun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti
untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.

Kolose 3 : 23

Surrender your life to the LORD and trust in Him, and He will act

Psalm 37:5

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat dan penyertaan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA J&T EXPRESS DI PERAWANG” .

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tentunya banyak bantuan, bimbingan, petunjuk, saran oleh banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas Kebaikannya dan Penyertaannya selalu telah memberi kemampuan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini terutama kesehatan dan kekuatan baru serta dalam berpikir bagi penulis.
2. Bapak (Ojak Siburian A.Md) dan Mama (Hernita Sitinjak) atas sebutan nama penulis di setiap doa serta dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan pada waktu yang tepat.
3. Abang (Given Siburian) dan Adik (Yovela Siburian) karena telah memberikan semangat untuk penulis sehingga penulis tidak mudah lelah dalam penyelesaian skripsi.

4. Kepada Bapak & Ibu Gembala Gereja Penyebaran Injil di Perawang yang telah memberi doa serta dukungan selalu kepada saya.
5. Dosen Pembimbing saya Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM yang telah sabar memberikan bimbingan, bantuan, saran dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman – Teman penulis di tanah perantauan (Donna Hannum, Dusi Damayanthi, Malicha Dian Lestari, Leni Anggryany Purba, Genesis Ivan Ranni, Thasya Isabella, Praneidya Welly Sitanggang) terima kasih buat waktunya, selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Kakak dan Abang penulis di tanah perantauan (Kak Santi Situmorang, Kak Megaria Agustina Purba, Bg Leo Purba, Bg Monang, Bg Rolan, Bg Jordan, Bg Leo Sitinjak, Bg Kevin Lurd) terima kasih buat dukungan dan semangat yang diberikan, serta kesediaan untuk memberi saran dan masukan.
8. Adik – adik penulis (Verine, Ega, Sri, Ruendi, Rini, Nike) terimakasih sudah memberi dukungan dan semangat.
9. Kepada Boy Cahyadi Pangaribuan terima kasih karena telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selalu bersedia ketika dimintai tolong serta tidak lupa untuk terus memberi dukungan dan doa.
10. Sahabat di Perawang (Kak Irma Yanti, Theresia Panjaitan, Kristina Hutahaean, Enjelia Nainggolan, Lyana Daramawati Ginting, Natalia

Panggaribuan) terima kasih selalu memberi semangat dan doa serta dukungan kepada penulis.

11. Kepada abang & kakak yang ada di Perawang (Bg steven, Kak Grace, Kak desta, Bg hendrik) terima kasih buat dukungan dan bantuannya serta bersedia untuk memberi saran dan masukan.

12. Kepada sepupu kandung Cindyani Marpaung terimakasih atas doa, bantuan serta dukungannya kepada penulis.

13. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW).

14. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa terbatasnya kemampuan sehingga dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh dari itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

Yogyakarta, 12 Maret 2021

Penulis

Wahyuni Siburian

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express di Perawang”** ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam menjalankan serta menyelesaikan penulisan skripsi, penulis menyadari bahwa adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat berterimakasih karena telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM selaku dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, bantuan, ajaran, serta ilmu – ilmu baru yang diberikan bagi penulis dan waktu yang diberikan untuk melakukan konsultasi di tengah kesibukan yang ada.

4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam melakukan pengolahan data skripsi.
5. Kedua orangtua tercinta yang telah banyak memberikan doa dan dukungan serta saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Abangku Given Siburian dan Adikku paling tercinta Yovela Siburian yang selalu memberi semangat dalam mengerjakan skripsi.
7. Boy Cahyadi Pangaribuan yang telah memberi dukungan dan doa serta bersedia selalu membantu penulis dalam mengerjakan skripsi
8. Semua pihak dan rekan seperjuangan yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 12 Maret 2021

Penulis

Wahyuni Siburian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Kepuasan Pelanggan	11
2.1.1 Indikator Kepuasan Pelanggan	14
2.1.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3 Faktor Menentukan Kepuasan Pelanggan	16
2.1.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan	17
2.2 Kualitas Layanan	18
2.2.1 Dimensi Kualitas Layanan	19
2.2.2 Cara Mengukur Kualitas Layanan	20

2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	22
2.2.4 Manfaat Kualitas Layanan.....	23
2.3 Persepsi Harga	24
2.3.1 Strategi Ppenetapan Harga	26
2.3.2 Dimensi Persepsi Harga.....	27
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	28
2.3.4 Indikator Persepsi Harga	29
2.4 Ketetapan Waktu Pengiriman.....	30
2.4.1 Keterlambatan Pengiriman Barang	32
2.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Waktu Pengiriman.....	34
2.4.3 Indikator Ketepatan Waktu.....	36
2.5 Penelitian Terdahulu	37
2.6 Kerangka Penelitian	40
2.7 Hipotesis Penelitian	40
2.7.1 Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
2.7.2 Pengaruh Antara Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.7.3 Pengaruh Antara Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 DATA	44
3.1.1 Pengumpulan Data.....	45
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	47
3.2.1 Definisi Operasional.....	47
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	50
3.3 Metode Analisis Data.....	51
3.3.1 Uji Validitas	51
3.3.2 Uji Reabilitas	52
3.3.3 Analisis Deskriptif.....	53
3.3.4 Analisis Linier Berganda.....	53
3.3.5 Koefisien Determinasi (R ²)	54
3.3.6 Uji F	55

3.3.7 Uji T.....	55
BAB IV	56
HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.1.1 Uji Validitas	57
4.1.2 Uji Realibilitas	59
4.2 Analisis Deskriptif	62
4.2.1 Jenis Kelamin.....	62
4.2.2 Usia	63
4.2.3 Pekerjaan	64
4.2.4 Pendidikan	65
4.2.5 Pendapatan	65
4.2.6 Frekuensi.....	66
4.2.7 Tujuan	67
4.2.8 Jenis Barang.....	68
4.3 Pengujian Statistik.....	69
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	73
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T).....	74
4.4 Pembahasan Hasil.....	78
BAB V	84
PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Rresponden.....	84
5.1.2 Hasil Analisa Regresi Koefisien Determinasi (R^2).....	85
5.1.3 Hasil Analisa Uji F	85
5.1.4 Hasil Analisis Uji T	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan	87
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	48
Tabel 3.2 Tingkat Preferensi Jawaban Kuesioner	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman.....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel 4.12 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi.....	67
Tabel 4.13 Jumlah Responden Berdasarkan Tujuan	67

Tabel 4.14 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Barang yang di Kirim	68
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.17 Hasil Uji F	73
Tabel 4.18 Hasil Uji T	75
Tabel 4.19 Tabel Hasil Penelitian	79

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir selama Pandemi Covid-19 Tahun 2020.....	2
Gambar 1.2 Grafik Minat Waktu ke Waktu Penggunaan Jasa Logistik Tahun 2018	4
Gambar 1.3 Perbandingan Perincian Minat menggunakan J&T Express Berdasarkan Subwilayah Tahun 2020.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	92
LAMPIRAN 2 DATA REKAP EXCEL KUESIONER	96
LAMPIRAN 3 OLAH DATA SPSS	111
LAMPIRAN 4 DATA REKAP HASIL RESPONDEN KUESIONER.....	122
LAMPIRAN 5 KARTU KONSULTASI SKRIPSI	133
LAMPIRAN 6 LEMBAR REVISI PENDADARAN	136

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada J&T *Express* di Perawang. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan J&T *Express*, dengan penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah menggunakan jasa J&T *Express* minimal 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun terakhir. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji f, dan uji t yang didahului dengan uji instrument penelitian, yaitu uji validitas, uji realibilitas. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman sebesar 71,2% terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebanyak 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : kualitas layanan, persepsi harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the influence of service quality, perceived price and delivery timeliness on customer satisfaction of J&T Express in Perawang. This research is a quantitative research. The population in this study were J&T Express customers, by determining the sample using non-probability sampling method, with purposive sampling technique, namely those who have used J&T Express services at least 1 (one) time in the last 1 (one) year. Samples were taken as many as 100 respondents.

The data test method used a questionnaire and then analyzed descriptively, multiple linear analysis, the coefficient of determination (R^2), the f test, and the t test preceded by the research instrument test, namely the validity test, the reliability test. Based on the data analysis, it was found that the three independent variables, namely quality, price perception, and timeliness have a significant effect on variables related to customer satisfaction.

This conclusion is based on the results of the coefficient of determination (R^2) which shows that the independent variables, namely service quality, perceived price, and timeliness of delivery are 71.2% for variables which include customer satisfaction while the remaining 28.8% is by other variables not examined.

Keywords: service quality, perceived price, punctuality of delivery, and customer satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

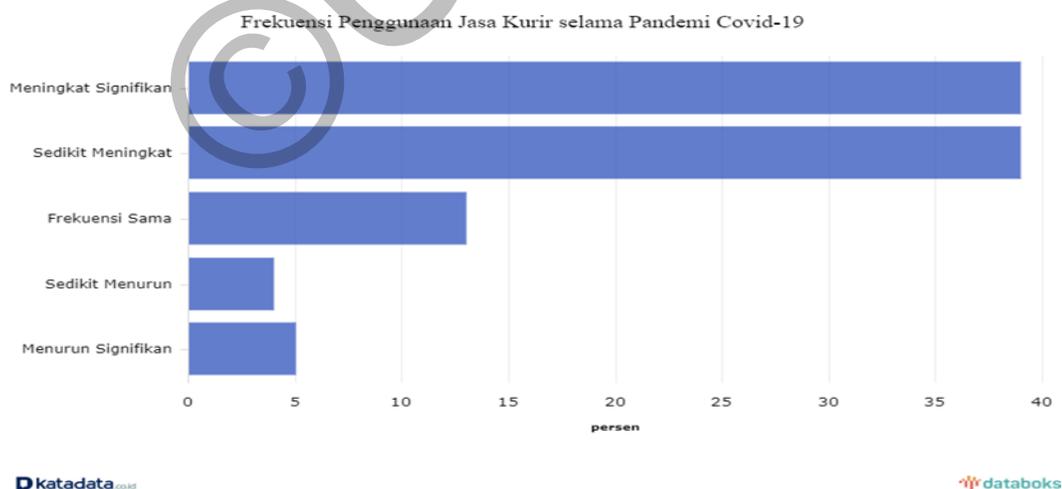
Pada era globalisasi, perkembangan bisnis cukup pesat terutama di bagian industri jasa. Perkembangan industri jasa juga didorong oleh kemajuan dalam teknologi baik dalam komunikasi maupun informasi. Kemajuan teknologi juga dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis dengan menggunakan media *online* sebagai sarana dalam proses bisnisnya. Dalam hal ini pula, meningkatnya tren belanja *online* melalui *platform e-commerce* dikarenakan masyarakat sudah menempatkan *e-commerce* sebagai gaya hidup. Tingginya permintaan secara *online* ini dikarenakan bisnis *e-commerce* di Indonesia memiliki beragam segmen, yaitu *online retail*, *marketplace*, travel, sistem pembayaran, logistik, keuangan dan lainnya. Melihat pertumbuhan *e-commerce* dan industri kreatif membuka kesempatan bagi perusahaan logistik untuk turut memberi kontribusi dalam proses pengiriman.

Ditengah pandemi covid-19, tren belanja *online* meningkat dan melibatkan jasa ekspedisi sebagai sarana pengiriman untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat dapat berbelanja meskipun di rumah aja. Adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) membuat tempat-tempat berbelanja seperti pasar, mall, dan tempat lainnya yang menjadi sumber kebutuhan pelanggan terbatas untuk dijangkau, sehingga banyaknya pelanggan menggunakan metode *online* dalam melakukan perbelanjaan.

Secara garis besar manusia ingin memenuhi kebutuhannya dengan baik melalui barang maupun jasa (Kotler & Armstrong, 2013), oleh karena itu, industri jasa akan memainkan peranan penting pada masa mendatang. Keberadaan penyediaan jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang dari dan ke suatu wilayah. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman adalah sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan. Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Dengan begitu jasa ekspedisi atau pengiriman barang semakin diperlukan bagi masyarakat saat ini, khususnya pada masyarakat yang melakukan proses jual beli jarak jauh dengan menggunakan media *online*.

Gambar 1.1

Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir selama Pandemi Covid-19 Tahun 2020

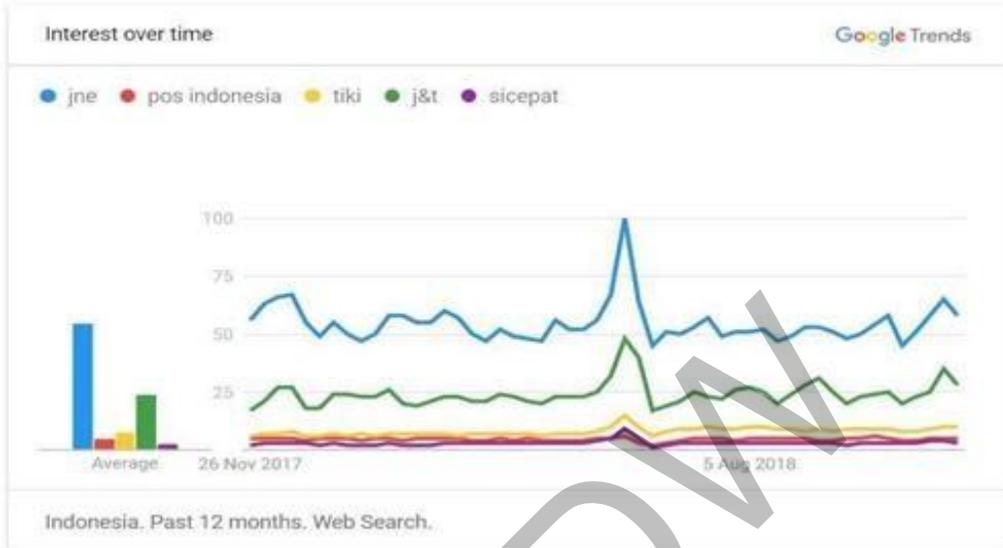


Sumber Databoks.katadata.co.id

Gambar tersebut persentase frekuensi penggunaan jasa kurir selama pandemi covid-19. Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa dampak covid-19 membuat penggunaan jasa kurir semakin meningkat. Penggunaan jasa pengiriman atau ekspedisi selain lebih efektif dalam waktu pengiriman, tentunya juga memberikan keuntungan lebih jika barang atau transaksi yang dilakukan cukup banyak, bahkan untuk penjualan dalam skala besar atau korporat. Keberadaan jasa pengiriman menjadi salah satu rantai industri yang hampir tidak bisa dipisahkan dari usaha yang mereka kelola, karena bagi perusahaan yang membutuhkan pengiriman barang dengan jumlah yang sangat besar serta tempat pengiriman yang tersebar jauh bahkan hingga pelosok, tentunya tidak mungkin melakukan pengiriman sendiri. Maka secara bisnis, menjadi daya dorong yang baik bagi segmen logistik untuk berkontribusi dan mengambil peran dalam proses pengiriman. Fenomena tersebut membuat semakin bertambah jasa pengiriman barang yang bermunculan di Indonesia. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang ikut bersaing yaitu *J&T Express* dalam wilayah domestik di Indonesia. *J&T Express* termasuk perusahaan jasa dengan layanan pengiriman barang baik berupa dokumen maupun paket. Pelanggan dapat menghubungi pihak *J&T Express* melalui aplikasi yang telah disediakan berbasis android sehingga petugasnya dapat mengetahui, dan akan segera datang menjemput barang yang akan dikirim. Hal ini tentu mempengaruhi minat pelanggan dalam memilih atau menggunakan jasa logistik untuk memenuhi kepuasan pelanggan sesuai kebutuhan yang diharapkan.

Gambar 1.2

Grafik Minat Waktu ke Waktu Penggunaan Jasa Logistik Tahun 2018



Sumber : Cekresi.com 2018

Gambar tersebut merupakan persentase minat penggunaan jasa logistik. Dari sisi pertumbuhan, dalam setahun terakhir J&T *Express* menunjukkan pertumbuhan paling signifikan. Dalam grafik di atas, ditunjukkan oleh garis warna hijau. Meski baru berdiri sejak 2015, tidak butuh waktu lama bagi J&T *Express* untuk memperluas jaringan dan bersaing dengan perusahaan logistik yang lebih senior, dengan menerapkan perkembangan teknologi sebagai dasar dari sistemnya, dan mengeksekusi penjemputan yang cepat. J&T *Express* juga memiliki kelebihan yaitu dalam hal layanan jemput, J&T *Express* menyediakan layanan jemput kiriman di tempat walaupun hanya satu barang, bahkan J&T *Express* juga menggandeng relasi dalam membangun infrastrukturnya yaitu

dengan menggandeng idEA (*Indonesian E-commerce Association* sebagai asosiasi *E-commerce*) di Indonesia, kemudian membangun kerjasama dengan *Shopee* dan situs-situs *marketplace* lainnya, dan hal lainnya yaitu berafiliasi dengan Garuda Indonesia cargo untuk pengiriman lewat udara. Kelebihan yang dimiliki *J&T Express* tentu berdampak pada persaingan yang semakin kompetitif. Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan yang pada dasarnya pelayanan tersebut tidak berwujud tetapi dapat dirasakan manfaatnya bagi konsumen. *J&T Express* juga menyediakan pelayanan serta harga yang terjangkau sehingga pertumbuhan pelanggan yang dialami *J&T Express* terus meningkat dan ketepatan waktu mengirim juga menjadi hal yang diperhatikan oleh pengguna *J&T Express*. Banyaknya pelaku bisnis juga bekerja sama menggunakan pelayanan jasa dari *J&T Express* dalam akses pengiriman setiap produknya untuk dikirim kepada pelanggan yang menginginkan produk dari bisnisnya. Perusahaan yang di bawah naungan PT. Global *J&T Express* ini juga sudah menjadi *Go-International*. Mereka sudah mengepakkan sayapnya ke 5 (lima) negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina dan Vietnam. Bahkan *J&T Express* meski baru berdiri selama kurang lebih 5 (lima) tahun, mereka sudah menyentuh angka 2.000 yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Maka, tentunya setiap pelosok maupun sub wilayah memiliki persentase minat dalam menggunakan *J&T Express*.

Gambar 1.3

Perbandingan Perincian Minat menggunakan J&T *Express* Berdasarkan Subwilayah Tahun 2020



Sumber gambar : trends.google.com

Berdasarkan gambar 1.3 minat penggunaan jasa ekspedisi J&T *Express* berdasarkan sub wilayah, menunjukkan wilayah Riau memiliki minat untuk menggunakan J&T di nomor urut 11 dari 34 sub wilayah. Salah satu jasa pengiriman J&T *Express* ini terdapat di daerah Perawang, tepatnya di wilayah Provinsi Riau dan termasuk daerah terpencil di Provinsi Riau, namun tetap terjangkau oleh PT J&T *Express* sehingga bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dan kepuasan pelanggan atas penyediaan jasa mereka. Kepuasan pelanggan dari J&T *Express* dapat dilihat antara lain dari kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan dilihat sangat penting bagi pelanggan untuk memudahkan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa dari suatu

perusahaan bahkan adanya kenyamanan dari konsumen dari pelayanan yang diberi suatu perusahaan. Menurut Nasution dalam Rusydi (2017:39) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen”. Kualitas layanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam hal ketika diberikan pelayanan yang terbaik bahkan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan lebih aktif dalam proses mengkonsumsi jasa dari perusahaan J&T *Express* dikarenakan adanya rasa kepuasan yang dirasakan dari pelanggan. Terkait kualitas layanan, adapun variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu persepsi harga.

Persepsi harga adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong 2008). Pelanggan dalam hal persepsi harga masih dalam kategori memilih atau membandingkan, dalam hal ini pelanggan biasanya melihat harga yang diterima sesuai dengan kualitas yang diterima atau manfaat yang didapat ketika menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan. Persepsi harga sangat penting bagi konsumen, untuk dijadikan perbandingan oleh konsumen dalam memutuskan akan memilih jasa mana yang akan dipakai dalam hal pengiriman barang. Harga yang terjangkau juga sesuai dengan manfaat yang diterima. Terkait adanya variabel kualitas layanan dan persepsi harga, adapun variabel lain yang juga sangat penting dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu ketepatan waktu pengiriman. Ketepatan waktu pengiriman sangat penting bagi pelanggan, untuk dijadikan

patokan atau tolak ukur jangka waktu pemesanan produk tiba sesuai dengan estimasi waktu yang diberikan suatu perusahaan. Menurut Handoko, (2010) ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, dalam hal ketika pelanggan memesan produk dan menggunakan jasa pengiriman yang estimasi waktunya sesuai dengan tingkat kepentingan dan ekspektasi dari pelanggan, dan pada saat itulah pelanggan akan merasa puas menggunakan jasa atau membeli produk dari suatu perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, variabel kualitas layanan, persepsi harga, ketepatan waktu pengiriman, kepuasan pelanggan pada *J&T Express* terutama daerah Perawang, Riau menarik untuk diteliti. Dikarenakan kemajuan pesat yang dialami *J&T Express*, maka peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul **Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *J&T Express* di Perawang.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang?
3. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penulis ingin menganalisa apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* di Perawang?
2. Penulis ingin menganalisa apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* di Perawang?
3. Penulis ingin menganalisa apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* di Perawang?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pandangan dan masukan perusahaan untuk memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanannya kemudian dalam persepsi harga yang diberikan, dan ketepatan waktu pengiriman.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan peneliti dalam melihat hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui adanya penilaian dari kualitas pelayanan, persepsi harga dan ketepatan waktu pengiriman.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan menjadi kajian ilmu mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi agar pembahasan menjadi lebih spesifik, maka ditentukan berdasarkan sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian : Perawang, Provinsi Riau, Kabupaten Siak
2. Responden Penelitian : Pelanggan yang ada di Perawang, yang pernah mengirim barang melalui jasa *J&T Express* minimal 1 (satu) kali selama 1 (satu) tahun terakhir
3. Jumlah responden : 100 responden
4. Waktu Penelitian : Oktober 2020-Maret 2021
5. Variabel yang diteliti :
 - a. Variabel Terikat, yaitu kepuasan pelanggan (Y) yang menggunakan jasa *J&T Express* perawang.
 - b. Variabel Bebas, kualitas layanan (X1), persepsi harga (X2), dan (X3) ketepatan waktu pengiriman .

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan yang akan dilakukan oleh masyarakat yang menggunakan *J&T Express* di Perawang. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Perawang yang menggunakan *J&T Express* minimal 1 (satu) kali dalam waktu 1 (satu) tahun terakhir. Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada. Ketika semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan sudah valid, maka penelitian tersebut dapat dilanjutkan ke tahap dan penelitian selanjutnya.

5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Disimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis deskriptif profil responden pengguna *J&T Express* di Perawang mayoritas adalah perempuan dengan jumlah 56% dan laki-laki dengan jumlah 44%.
2. Berdasarkan jenjang umur para responden yang menggunakan *J&T Express* mayoritas rentan umur 21-26 tahun dengan jumlah 42%.
3. Menurut hasil analisis deskriptif profil responden pengguna *J&T Express* di Perawang mayoritas pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 49%.

4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif profil responden pengguna J&T *Express* di Perawang mayoritas pendidikan terakhir adalah S1 dengan jumlah 39%.
5. Berdasarkan data yang diperoleh, pendapatan tertinggi dari responden yaitu berjumlah < 1.000.000 sebanyak 29%.
6. Banyaknya frekuensi responden menggunakan J&T *Express* di Perawang selama 1 tahun terakhir mayoritas sebanyak 1-3 kali dengan jumlah 38%.
7. Menurut hasil data analisis deskriptif profil responden, mayoritas tujuan pengiriman barang adalah pulau Sumatera dengan jumlah 35%.
8. Menurut hasil data analisis deskriptif profil responden, mayoritas jenis barang dengan persentase tertinggi adalah fashion dengan jumlah 44%.

5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji analisis regresi koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh sebesar 71,2% terhadap kepuasan pelanggan pada J&T *Express* di Perawang. Sedangkan sisanya yang berjumlah 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teliti.

5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Hasil analisis Uji F yang sudah dibahas pada bab IV memiliki hasil dengan kesimpulan bahwa variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari kualitas pelayanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan atau secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T *Express* di Perawang karena nilai

probabilitasnya adalah 0,000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji T

a. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel kualitas layanan yang diperoleh dari hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya koefisien regresi pada variabel kualitas layanan secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T *Express* di Perawang.

b. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel persepsi harga yang diperoleh dari hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya koefisien regresi pada variabel persepsi harga secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T *Express* di Perawang.

c. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel ketepatan waktu pengiriman yang diperoleh dari hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya koefisien regresi pada variabel ketepatan waktu pengiriman secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T *Express* di Perawang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi pengelola *J&T Express* di Perawang adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang. Maka *J&T Express* dapat mempertahankan kualitas layanan bahkan meningkatkan kualitas dalam pelayanan untuk lebih baik lagi, agar kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dari *J&T Express* di Perawang terus meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, persepsi harga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang. Maka diharapkan pihak *J&T Express* di Perawang untuk terus mempertahankan harga bahkan memperbaiki harga untuk lebih dapat terjangkau oleh para pelanggan dan dapat bersaing dengan jasa ekspedisi lainnya, agar kepuasan pelanggan terhadap harga dari *J&T Express* di Perawang terus meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini ketepatan waktu pengiriman terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *J&T Express* di Perawang, maka *J&T Express* di Perawang diharapkan untuk

menjaga konsistensi ketepatan waktu dalam melakukan pengiriman barang, agar kepuasan pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman dari *J&T Express* terus meningkat.

4. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *J&T Express* di Perawang baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel – variabel tersebut perlu diperhatikan dan juga terus menerus mengalami peningkatan kepuasan konsumen untuk kemajuan perusahaan.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam melakukan penelitian. Peneliti selanjutnya juga dapat melakukan analisis serta memperdalam penelitian dengan menggunakan variabel berbeda.
2. Menyusun kuesioner dengan kata kata yang tepat serta singkat, padat dan jelas. Hal ini berpengaruh dalam pengisian kuesioner terhadap hasil dari penelitian, agar mempermudah responden dalam memahami pernyataan yang diberikan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris, Irnandha. (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). Skripsi Fakultas Ekonomi, Halaman 1-138.
- Arsyad & Soeratno. (2003). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (Revisi ed.). Yogyakarta: Upp Amp Ykpn.
- Asriel & Azis. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia). Skripsi Fakultas Ekonomi, Halaman 1-100.
- Brillyan Jaya Sakti, Mahfudz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang). Diponegoro Jurnal Of Management, *Volume 7*, Halaman 1-8.
- Cocrill, A. & Goode, MM. (2010). *Persepsi Penurunan Harga Dan Harga Dalam DVD Marke*. Jurnal Manajemen Produk Dan Merek .
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizha, Salma, Abdurrahman, & Nuryani, Hanifa, Sri.. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.2.

- Handoko, H. B. (2010). *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasby, & Nurdalilah. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Agen Pangkalan Mansyur. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Halama 1-150.
- Irawan, H. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Cetakan Pertama. Kelompok Gramedia.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga ed.). Jakarta: Jilid Satu dan Dua.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran* (IX ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2013). *PrinsipPrinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Meli Satriani. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Cabang Jambi. Skripsi Fakultas Ekonomi, Halaman 1-101.
- Muhammad Fuad. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Bus Trans Jogja Di Yogyakarta. Skripsi Manajemen, Halaman 1-117.
- Noerani, I. A. (2016). *Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE*. Surabaya: Jurnal Ilmiah UB-5.
- Nova Lisnasari, A. R. (2016, November). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Barang atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Kerta Gaya Pusaka). Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb), 13, 1-9.

Nystrom. (2007). *Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.

Shintia Juniariska, N.Rachma, & Alfian Budi Primanto. (2020). Pengaruh Kuantitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia. (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Pos Indonesia Cabang Gempol). *e-Jurnal Riset Manajemen*, Halaman 1-14.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suryabrata, Sumadi. (2004.). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta:: PT Rajagrafindo Persada Stoner.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.

Tjiptono, F & G Chandra. (2014). *Pemasaran Jisas:Prinsip Penerapan Dan Penelitian*.

Yogyakarta: Andi Offset.

Zeithaml, V. A. (2013). *Pemasaran Jasa: Mengintegrasikan Fokus Pelanggan Di Seluruh Perusahaan* . Boston: Mc. Graw-Hill.