

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Monica Tiara, Erlina Rufaidah dan Yon Rizal
Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Universitas Lampung
Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandarlampung

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, customer experience, and ease of use of J&T delivery services to customer satisfaction in Social Sciences FKIP Unila Force students in 2016. The method is descriptive verification with ex post facto approach and survey using nonprobability sampling technique with purposive sampling. This research consist of 73 respondents. Data collection by questionnaires. Hypothesis testing partially t Test and Simultaneous f Test. The conclusion of the analysis is that there is a positive influence between service quality, customer experience, and perceived ease of use of J&T services to customer satisfaction in students of Social Sciences Faculty of Social Sciences, University of Lampung in 2016. While the influence of simultaneous of customer satisfaction with $F_{count} = 35.808$ with a significance (sig.) of 0,000.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan jasa pengiriman J&T terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Unila Angkatan tahun 2016. Metode yang digunakan adalah *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey* menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 73. Pengumpulan data dengan kuisisioner/angket. Pengujian hipotesis secara parsial Uji t dan secara simultan Uji f. Kesimpulan dari hasil analisis adalah terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan persepsi kemudahan penggunaan jasa J&T terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa IPS FKIP Universitas Lampung. Sedangkan pengaruh yang simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan $F_{hitung} = 35,808$ dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pertumbuhan *trend* berbelanja di era milenial sangat pesat sehingga kebutuhan dalam bidang jasa pengiriman/ekspedisi kini banyak dibutuhkan karena dapat membantu mengirimkan barang/paket ke alamat penerima dengan aman, cepat dan tepat, sehingga dapat memudahkan pekerjaan masyarakat dan para pelaku bisnis.

Jasa pengiriman merupakan perusahaan yang berkecimpung dalam bidang layanan pengiriman barang. Dengan sistem kerja tidak ada hari libur/layanan *nonstop*, maka hal tersebut menjamin perusahaan jasa untuk dapat mengirimkan barang sampai ke tangan pelanggannya dengan tepat waktu kapanpun pelanggan membutuhkan. Perusahaan jasa pengiriman kini banyak yang menawarkan kemitraannya dengan *market place* ataupun *online shop* yang kini sangat menjanjikan ditengah maraknya fenomena belanja *online*. selain itu jasa pengiriman juga telah menerapkan teknologi yang canggih dan juga telah didukung dengan jalur

yang baik untuk memudahkan pengiriman barang melalui jalur laut, jalur udara, maupun jalur darat.

Menurut informasi yang diperoleh dari situs www.cnnindonesia.com, Perusahaan jasa pengiriman haruslah memiliki strategi yang tepat untuk diterapkan pada perusahaannya seperti mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, dan asuransi/jaminan pengiriman yang akan menjadikan faktor pertimbangan bagi pengguna jasa dalam memilih suatu jasa pengiriman.

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan jasa pengiriman barang seperti Jet & Teknologi (J&T), Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE), Titipan Kilat (TIKI), Pos Indonesia, Ninja *Express*, Wahana, Indah Chargo, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti memilih jasa pengiriman J&T sebagai objek penelitian untuk mengetahui kepuasan pelanggannya karena Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang penting demi

kelangsungan dan perkembangan perusahaan, saat memberi pelayanan yang baik, pelanggan akan merasa puas dan akan menggunakan kembali jasa tersebut serta menyarankan kepada orang lain, sehingga hal tersebut dapat menguntungkan perusahaan tersebut.

Menurut Kotler & Keller (2009:138-139) “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”. Perusahaan ekspedisi telah dikatakan sukses memperoleh banyak pelanggan jika pelanggannya menyatakan kepuasan. Dalam menggunakan jasa pengiriman, kualitas sebuah pelayanan penting yang harus ditingkatkan selanjutnya harus dipertahankan oleh perusahaan. Goetsch dalam Zulian Yamit (2001:3) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan pelanggan” Setiap pelanggan menginginkan

harapannya terwujud dengan baik, pelanggan mengharapkan sebuah perusahaan untuk dapat melayani para pelanggannya dengan optimal, seperti kemampuan memberi pelayanan berdasarkan dengan jaminan, karyawan yang sigap melayani pelanggan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, kemudahan dalam berkomunikasi dengan layanan jasa, serta karyawan mampu mendengar dengan baik keluhan para pelanggan dan memiliki pemahaman yang baik kepada semua yang diingini oleh pelanggannya, kenyamanan serta kelengkapan peralatan komunikasi dalam sebuah perusahaan jasa, sehingga hal-hal tersebut akan membuat pelanggan puas dengan optimalnya pelayanan dari J&T, maka pelanggan akan memiliki pengalaman dan menciptakan hubungan yang baik dengan jasa pengiriman J&T.

Pengalaman ialah hasil pendapat saat seseorang mengonsolidasi informasi yang mereka peroleh, pendapat ini berasal dari pelanggan yang menggunakan sebuah produk/jasa, dan bisnis. Pengalaman

yang baik terhadap perusahaan jasa pengiriman akan memungkinkan untuk terbentuknya perilaku positif dan memunculkan niat yang baik, sehingga jika pelanggan telah memercayai J&T, maka muncullah niat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa J&T. Menurut Rose (2012:43) “Pentingnya pengalaman pelanggan untuk meningkatkan kinerja bisnis berarti bahwa *retailer* haruslah mengetahui cara memahami pengalaman pelanggan secara *online* yang baik secara optimal, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan”. Dengan begitu, tugas perusahaan J&T ialah berusaha memperbaiki mutu pelayanannya secara kontinyu terhadap proses, produk, servis yang dihasilkan perusahaan. Dikarenakan pelanggan memiliki pengalaman yang baik dari sebuah jasa pengiriman, maka pelanggan selanjutnya akan merasa dimudahkan dalam penggunaan jasa tersebut.

Chien Chung Tu (2012: 22) menyatakan hasil penelitian yaitu “Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kemudian berpengaruh positif terhadap kepuasan”. Maksudnya adalah jika kemudahan penggunaan yang diperoleh dari baiknya

sebuah pelayanan jasa akan berdampak dengan kepuasan pelanggannya. Pelanggan J&T akan merasa sangat terbantu tanpa merasa terbebani dan dapat mengefisien waktu dalam mengirim barang secara cepat.

Ndubisi (dalam Kigongo, 2011:13) menyatakan bahwa “Kemudahan penggunaan mengacu kepada jelas dan mudahnya interaksi dengan sebuah sistem, kemudahan dalam menggunakan sistem untuk melakukan tindakan yang diperlukan, usaha yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem dan kemudahan penggunaan sistem”. Dengan sistem kerja J&T yang baik dalam mengirimkan barang, maka pelanggan dapat mudah menggunakan jasa tersebut, pelanggan akan merasa aman, terjamin, dan barang sampai dengan cepat dan tepat, hal tersebut berdampak dengan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut tentu saja menyiptakan hubungan yang menguntungkan antara J&T

dengan pelanggan, sehingga hal tersebut akan membuat pelanggan J&T menggunakan kembali dan dapat merekomendasikan kepada khalayak ramai dan terciptalah pengalaman yang baik. Setelah itu, Pelanggan J&T akan merasa dimudahkan dalam hal penggunaan jasa pengiriman. Kemudahan penggunaan jasa berkaitan dengan minat penggunaan kembali jasa tersebut. Karena kemudahan penggunaan tersebut, jika pelanggan telah memercayai J&T, maka hal tersebut akan memungkinkan untuk terbentuknya perilaku positif dan munculnya niat yang baik, sehingga saat pelanggan memercayai sebuah produk ataupun jasa, akan muncullah niat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa pengiriman J&T.

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap

kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.

- 3) Untuk mengetahui pengaruh kemudahan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.

METODE

Metode penelitian ialah cara ilmiah untuk memperoleh data, bertujuan untuk dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012:3). Penggunaan metode ini ialah bertujuan menentukan data penelitian, menguji kebenaran, dan mengembangkan pengetahuan sehingga memperoleh hasil yang sesuai dengan harapan. Metode penelitian yang digunakan

ialah metode deskriptif verifikatif, pendekatan *ex post facto* dan survey.

Menurut Nazir (2009: 86) “metode *deskriptif* adalah metode penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena penelitian. Tujuan dari penelitian ini merupakan verifikatif yaitu sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih”.

Menurut Sugiyono (2012:12), “Pendekatan survei adalah pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”. Sehingga tujuan dari penelitian survey ialah untuk mendapatkan data yang alamiah, tetapi melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menggunakan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IPS FKIP Unila angkatan 2016 yang merupakan pelanggan jasa J&T yang berjumlah 266 orang dengan sampel sebanyak 73 responden yang di dapat menggunakan rumus Slovin.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan angket.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien t_{hitung} diperoleh sebesar 2,131 dan t_{tabel} sebesar 1,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,131 > 1,667$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau

dengan kata lain terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung angkatan 2016.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Goetsch & Davis dalam Zulian Yamit (2001: 3) yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F sebesar 32,750 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis yang

menunjukkan koefisien t_{hitung} diperoleh sebesar 5,404 dan t_{tabel} sebesar 1,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,404 > 1,667$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain terdapat pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung angkatan 2016.

Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tynan dan Mc Kechnie (dalam Same, 2012:102) juga telah menjelaskan jika “pengalaman digunakan untuk penyampaian berbagai proses, partisipasi dalam sebuah kegiatan”. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F_{hitung} 49,539 $> F_{tabel}$ 2,75 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan koefisien t_{hitung} diperoleh sebesar 2,498 dan t_{tabel} sebesar 1,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,498 > 1,667$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung angkatan 2016.

Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ndubisi dalam Kigongo (2011: 122) yang menyatakan bahwa “kemudahan penggunaan mengacu

pada bagaimana mudahnya sebuah interaksi dengan sebuah sistem, kemudahan dalam menggunakan sistem saat melakukan tindakan yang diperlukan, usaha yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem dan kemudahan penggunaan sistem”.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $697.641 > 2,78$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada tingkat $\alpha = 0,05$ sehingga $sig. 0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a Diterima.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, dan Kemudahan Penggunaan Jasa Pengiriman J&T Terhadap Kepuasan Pelanggan pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung Angkatan 2016.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan pengiriman J&T. Hal ini dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} = 35,808$ dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000, sedangkan F_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk/df) untuk pembilang = 3 dan penyebut = 69 dan $\alpha = 0,05$ dari daftar tabel diperoleh = 2,74 dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $35,808 > 2,74$ maka H_0 ditolak dan

H_1 diterima yang menyatakan “Kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan jasa pengiriman J&T berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung”.

Kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemudahan penggunaan merupakan beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasakan bahwa *service* atau layanan dari sebuah perusahaan itu baik, maka hal tersebut akan memiliki pengalaman yang baik akan perusahaan jasa itu maka pelanggan akan terus menerus

menggunakan jasa. Dengan pengalaman yang baik tersebut, maka pelanggan merasakan kemudahan saat menggunakan jasa pengiriman tersebut tersebut dan pelanggan juga akan merekomendasikan kepada yang lainnya. Sehingga beberapa faktor yang disebutkan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan pada sebuah perusahaan jasa. Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Pengalaman Pelanggan (X_2), dan Kemudahan Penggunaan (X_3), berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.

SIMPULAN

1. Ada pengaruh yang positif pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.
2. Ada pengaruh yang positif pada pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.
3. Ada pengaruh yang positif pada kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.
4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemudahan

penggunaan jasa pengiriman J&T terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa jurusan IPS FKIP Universitas Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aries, Muhammad dkk. 2018. *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 60 No. 3 Juli 2018.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Basrowi dan Kasinu. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial*. Kediri : Jenggala Pustaka.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bunga, Windy Antika dkk. 2016. *Pengaruh Kemudahan Dan Emotional Factor Terhadap Word Of Mouth dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Olx Di Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 4 No. 3 2016.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung : Satu Nusa. Duriyanto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. Ke-10)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fatmawati, Endang. 2015. *Technologi Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. Jurnal Iqra' Volume 09 No. 01 Mei 2015.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta : Selemba Empat.
- Hermawan, Kartajaya. 2010. *Marketing 3.0*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Herry, Affandi dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara*. Jurnal Teknik Sipil. Volume 6, Nomor 3, Mei 2017.

- Ira, Triyana Dewi, 2016 “Pengaruh Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantau Prapat” Jurnal Ecobisma Vol 3 No. 1 Jan 2016.
- Januar, Efendi Panjaitan, dkk 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung” Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016
- Johannes dan Widdy Prima. 2018. *The Analysis Of Ease, Usefulness Perception And Trust On Lpse User (Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Lpse)*. Jurnal Digest Marketing Vol. 3 No.1 Januari – Juli 2018.
- Kau, A. K., Tang, Y. E., dan Ghose, S. 2003. *Typologi of Online Shoppers*. Journal of Consumer Marketing.
- Nazir, Muhammad. 2010. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Nurul, Hidayah. 2018 . *Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Penngiriman Barang J&T Ekspres Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga*. Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri 2018

