

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)  
TEBING TINGGI**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**DANDY PRAKOSO**

**168150064**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)21/12/21

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)  
TEBING TINGGI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri  
Universitas Medan Area**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)21/12/21

### LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas  
Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur  
Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi

Nama : Dandy Prakoso

NPM : 168150064

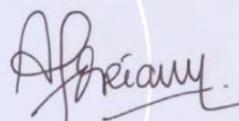
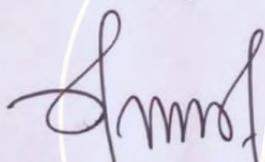
Fakultas : Teknik

Program Studi : Teknik Industri

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing :

Pembimbing I

Pembimbing II



Yudi Daeng Polewangi, ST, MT  
NIDN. 0112118503

Healthy Aldriany Prasetyo, ST, MT  
NIDN. 0119057802

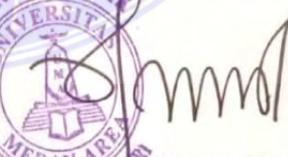
Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi

Dr. Dina Matzana, MT  
NIDN. 0112096601

Yudi Daeng Polewangi, ST, MT  
NIDN. 0112118503

Tanggal Sidang : 27 September 2021

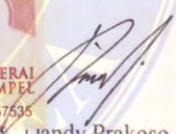
### LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam penulisan skripsi ini.

Medan 27 September 2021



  
Dandy Prakoso  
168150064

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dandy Prakoso  
NPM : 168150064  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis karya : Tugas-Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : "Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi."

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 27 September 2021

Yang menyatakan



( Dandy Prakoso )

## ABSTRAK

**Dandy Prakoso (168150064). Analisis Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurier (JNE) Tebing Tinggi. Dosen Pembimbing Yudi Daeng Polewangi, ST, MT dan Healthy Aldriany Prasetyo, ST, MT.**

Penelitian menganalisis pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Jalur Nugraha Ekakurier (JNE) Tebing Tinggi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji f). Penelitian ini dilaksanakan di PT. Jalur Nugraha Ekakurier (JNE) Tebing Tinggi. Di jalan Jend. Sudirman No.397 Medan-Tebing Tinggi dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2020 s/d 12 Februari 2021. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh  $Y=6,226+0,085X_1+0,244X_2+0,184X_3+e$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} (0,873) < t_{tabel} (1,984)$  artinya Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka  $H_1$  ditolak. Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} (1,975) < t_{table} (1,984)$ , artinya Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka  $H_2$  ditolak. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} (3,477) > t_{table} (1,984)$ , artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka  $H_3$  diterima. Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $F_{hitung} (13,559) > F_{tabel} (3,09)$  artinya variabel harga, produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi maka  $H_4$  diterima. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,298, yang berarti 29,8% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 70,2% variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Harga, Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

**Dandy Prakoso. 168150064. "The Analysis of Price, Product, and Service Quality Effect on Consumer Satisfaction at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi". Supervised by Yudi Daeng Polewangi, S.T., M.T. and Healthy Aldriany Prasetyo, S.T., M.T.**

The study analyzed the effect of price, product, and service quality on customer satisfaction at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. This research was a quantitative descriptive study with data analysis techniques used, namely multiple linear regression and hypothesis testing (t-test and f test). This research was conducted at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi. On Gen. Sudirman street No.397 Medan-Tebing Tinggi, it was held on 12 December 2020 to 12 February 2021. The data collection method used a questionnaire and documentation. The results of multiple linear regression analysis obtained  $Y=6.226+0.085X_1+0.244X_2+0.184X_3+e$ . The results showed that the Price had no positive and significant effect on Consumer Satisfaction at PT. JNE Tebing Tinggi indicated by the value of t count (0.873) < t table (1.984) meaning that the Price had no significant effect on Consumer Satisfaction, so  $H_1$  was rejected. The product had no positive and significant effect on Consumer Satisfaction as indicated by the t value (1.975) < t table (1.984), meaning that the product had no significant effect on Consumer Satisfaction, so  $H_2$  was rejected. Service Quality had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction as indicated by the value of t count (3.477) > t table (1.984), meaning that Service Quality had a significant effect on Consumer Satisfaction, so  $H_3$  was accepted. Price, Product, and Service Quality together had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This was indicated by the value of  $F_{count}$  (13.559) >  $F_{table}$  (3.09) meaning that the variables of price, product, and service quality together had a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT. JNE Tebing Tinggi then  $H_4$  was accepted. The coefficient of determination (R square) was 0.298, which meant 29.8% of the Consumer Satisfaction variable could be explained by the three independent variables consisting of Price, Product, and Service Quality, while the remaining 70.2% of the Consumer Satisfaction variable was influenced by other variables not discussed in this research.

**Keywords: Price, Product, Service Quality, Consumer Satisfaction**



## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb Alhamdulillah rabbi 'alamin, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas Berkah, Rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi”**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk, arahan serta nasihat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, Kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Sunardi Tumiko, SE dan Ibu Elly Soraya, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan tak henti-hentinya mendoakan yang terbaik untuk saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Dina Maizana, MT . Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area
3. Bapak Yudi Daeng Polewangi, ST, MT . Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area , Sekaligus selaku Dosen

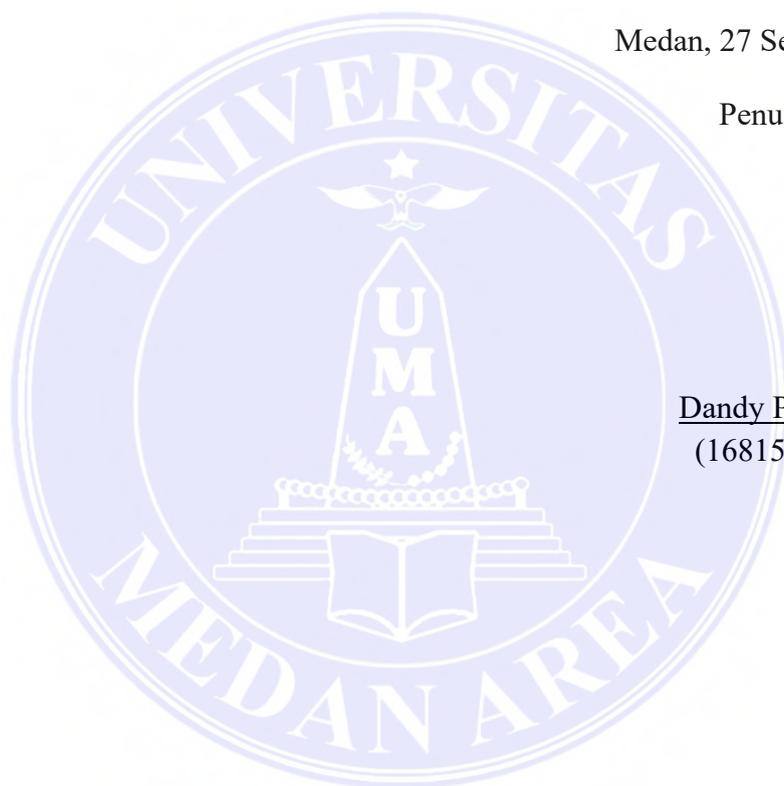
Pembimbing I , yang selalu memberikan saya arahan serta masukan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Healthy Aldriany Prasetyo , ST, MT . Selaku Dosen Pembimbing II , yang selalu memberikan saya semangat , arahan , masukan , dan membantu saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Teknik Industri Universitas Medan Area, yang telah memberikan ilmu kepada saya selama perkuliahan berlangsung.
6. Bapak Arief Zaki A.Md.kom. Selaku Leader Operasional, yang telah membimbing, membantu, dan mengizinkan saya dalam pelaksanaan penelitian Di PT. JNE (Tebing Tinggi).
7. Saudara Tersayang Ricky Leonardi SE, Sri Puji Astuti Rere, Nia Shelly Febrina A.Md.ak, Deri Sunarya SH, M.kn, Rahmadhani Syahfitri S.kom, yang telah memberikan semangat selama pengerjaan skripsi ini.
8. Yang Tersayang Rima Desriayu, yang selalu memberikan saya semangat serta dukungan selama pengerjaan skripsi ini.
9. Teman Terbaik Hanif Pradana, Andi Wibowo, Riva Suyanto Sitinjak, Rich Arif Simamora, yang telah memberikan semangat dan dukungan selama pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Teknik Industri kelas malam stambuk 2016 yang telah memberikan semangat dan dukungan selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan. Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Medan, 27 September 2021

Penulis



Dandy Prakoso  
(168150064)

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Penegasan Istilah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Definisi Harga .....	6
2.1.1 Faktor-faktor Penetapan Harga .....	6
2.1.2 Tujuan Penetapan Harga .....	8
2.1.3 Indikator Harga.....	10
2.1.4 Metode Penentuan Harga .....	10
2.2 Definisi Produk .....	11
2.2.1 Klasifikasi Produk .....	11
2.2.2 Indikator Produk .....	12
2.3 Pelayanan.....	12
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	13

2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
2.4 Kepuasan Konsumen.....	14
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	17
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	18
3.3 Metode Analisis Data .....	19
3.4 Pengolahan Data .....	19
3.5 Analisis Data .....	20
3.5.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	20
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	23
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	25
3.5.4 Uji Hipotesis .....	25
3.6 Kerangka Berfikir .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	29
4.1.1 Karakteristik Responden .....	29
4.2 Uji Validitas .....	33
4.2.1 Uji Validitas Variabel Harga (X <sub>1</sub> ) .....	33
4.2.2 Uji Validitas Variabel Produk (X <sub>2</sub> ) .....	33
4.2.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> ).....	34
4.2.4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	34

4.3 Uji Reliabilitas .....	35
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	36
4.4.1 Uji Normalitas .....	36
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	37
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	38
4.5 Hasil Analisis Kuantitatif Linier .....	39
4.6 Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
5.1 Kesimpulan .....	44
5.2 Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Responden Skala Likert .....	20
Tabel 3.2 Intepretasi Koefisien Korelasi.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	29
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden.....	30
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	31
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Keseringan Penggunaan Jasa ....	32
Tabel 4.6 Hasil Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	33
Tabel 4.7 Hasil Validitas Variabel Produk ( $X_2$ ).....	33
Tabel 4.8 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) .....	34
Tabel 4.9 Hasil Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	38
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial) .....	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (F).....	42
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 3.1 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 Diagram Histogram.....	36
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot .....	37
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot .....	39



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat. Perkembangan pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industri pada sektor jasa. Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi. Pada sektor jasa dapat dilihat dari perkembangan dan berbagai jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba *cepat, mudah*, akses luas, dan kemudahan konsumsi atau belanja melalui jaringan *e-business* cenderung meningkat. Salah satunya jasa kurir.

Banyak penjual online shop yang menggunakan jasa kurir. Dengan adanya jasa kurir maka akan memudahkan mereka untuk mengantar barang pesanan sesuai dengan jenis layanan paket yang mereka inginkan.

Keberadaan penyedia jasa kurir dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh diluar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan.

Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau kurir adalah PT. Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa disebut dengan JNE. PT. Jalur Nugraha Ekakurir didirikan pada 26 November 1990, oleh H. Soeprapto Suparno . PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani masyarakat dalam urusan jasa kepabeanan terutama import atas kiriman tepat waktu melalui gudang 'Rush Handling'. PT. JNE juga dikenal memiliki pelanggan yang banyak dan loyal.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa. Harga dan Jasa juga berkaitan pada PT. JNE. Jika harga lebih mahal maka pengiriman lebih cepat, dan sebaliknya jika harga relatif murah maka pengiriman lebih lama sampai.

Produk (product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk atau service yang ada pada PT.JNE ini beragam, yaitu JNE Trucking (JTR), Reguler (REG), Yakin Esok Sampai (YES), Ongkos Kirim Ekonomis (OKE) Dan lainnya.

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Pelayanan di PT. JNE ini sudah menjadi standart operasional dari perusahaan, seperti melayani konsumen dengan sepenuh hati, dengan ramah, dan seperti moto dari JNE yaitu Connecting Happiness yang artinya mengantarkan kebahagiaan.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk sesuai dengan harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Jadi di PT. JNE ini dikatakan kepuasan konsumen jika semua variabel harga, produk, dan kualitas pelayanan, sesuai dengan keinginan konsumen.

Dari latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa harga, produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Tebing Tinggi ”

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Tebing Tinggi ?  $X_1 = \text{Harga}$
2. Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Tebing Tinggi ?  $X_2 = \text{Produk}$
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir di Tebing Tinggi ?  $X_3 = \text{Kualitas Pelayanan}$

## 1.3 Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan yang ada agar tidak terlalu luas dan menyimpang.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, namun peneliti hanya membatasi pada faktor :

Harga, produk, dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (*variabel independent*).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Tebing Tinggi.
2. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Tebing Tinggi.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Tebing Tinggi.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat dan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Dapat membantu dalam memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang harga, produk, dan kualitas pelayanan pada perusahaan.
2. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan yang berhubungan dengan produk, harga dan kualitas pelayanan, sehingga dapat digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing Tinggi .

3. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan bahan masukan bagi yang meneliti permasalahan yang sama.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut, (Kotler,Armstrong,2001:439).

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya, (Swastha,2008:241)

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran), (Tjiptono,2002:151).

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk.

##### 2.1.1 Faktor-faktor Penetapan Harga

Didalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor-faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran dan peraturan pemerintah.

Sedangkan faktor yang mempengaruhi secara tidak langsung yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap produk substitusi dan produk komplementer, potongan serta kredit para penyalur.

Tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor. (Dharmesta dan Irawan dalam Kamelia 2006:21) :

#### 1. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah dan ketika ada keputusan pemerintah tentang nilai tukar rupiah dengan mata uang asing maka akan timbul reaksi-reaksi dari kalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis, reaksi spontan dari keputusan itu adalah adanya kenaikan harga-harga.

#### 2. Penawaran dan Permintaan

Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar sedangkan harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

#### 3. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik.

#### 4. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

#### 5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian,

## 6. Tujuan Perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya.

## 7. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

### 2.1.2 Tujuan Penetapan Harga

Ada 6 hal yang menjadi tujuan penetapan harga , (Ating Tedjasutisna 2004:127), yaitu :

#### 1. Untuk mendapatkan share pasar

Perusahaan dapat menetapkan tingkat harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan share pasar. Strategi ini dilakukan perusahaan karena dengan perkiraan tingkat keuntungan akan meningkat pada masa yang akan datang. Kenaikan tingkat keuntungan pada masa yang akan datang akan tercapai apabila:

- a. Harga yang rendah akan menarik banyak pembeli
- b. Meningkatkan produksi dan omzet penjualan
- c. Harga yang rendah akan mendesak pesa pesaing

#### 2. Untuk memperoleh laba maksimum.

Salah satu tujuan dalam penetapan harga produk adalah untuk memperoleh laba jangka pendek yang maksimum. Caranya yaitu dengan menentukan

tingkat harga dengan memperhatikan total hasil penerimaan penjualan dan total biaya.

### 3. Untuk memanfaatkan keuntungan

Perusahaan mengambil manfaat untuk memperoleh suatu keuntungan dari tersedianya para pembeli untuk membayar produknya dengan harga yang tinggi, karena produknya memberikan nilai yang lebih baik bagi parapembeli.

Tujuan ini dapat tercapai, apabila :

- a. Harga tinggi diimbangi dengan mutu produk yang baik
- b. Biaya produksi dan distribusi per satuan tidak terlalu tinggi
- c. Adanya pembeli yang besar dengan permintaan inelastis
- d. Tidak timbul pesaing baru

### 4. Untuk mempromosikan produk

Perusahaan menetapkan harga khusus yang rendah dengan tujuan untuk meningkatkan atau mendorong penjualan produknya. Menetapkan harga rendah untuk suatu macam produk maksudnya selain mempromosikan produknya agar langganan mau membeli produk – produk lainnya.

### 5. Untuk mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum

Perusahaan menetapkan harga produknya untuk memaksimalkan penerimaan penjualan pada masa itu. Tujuan ini dapat tercapai dengan melaksanakan kombinasi harga dan kuantitas produk yang besar.

### 6. Untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan

Perusahaan menetapkan harga tertentu untuk dapat mencapai tingkat laba yang berupa “ rate of return”. Perusahaan menetapkan harga produknya dengan tujuan, :

- a. Untuk meraih rate of return
- b. Untuk mencapai rentabilitas
- c. Untuk menstabilkan harga, permintaan dan penawaran
- d. Untuk meningkatkan volume penjualan
- e. Untuk mendapatkan laba maksimum
- f. Untuk memaksimalkan laba saham pasaran
- g. Untuk mempromosikan penjualan produk
- h. Untuk mendapatkan share produk

### 2.1.3 Indikator Harga

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel harga. Indikator harga yang digunakan adalah sebagai berikut :  
(akbar:2011)

1. Harga terjangkau
2. Harga bersaing
3. Sesuai dengan kualitas
4. Sesuai dengan manfaat

### 2.1.4 Metode Penentuan Harga

Metode-metode dalam penentuan harga antara lain :

- a. Penentuan harga biaya-plus (cost-plus-pricing)
- b. Penentuan harga tingkat pengembalian (rate of return pricing)
- c. Penentuan harga paritas persaingan (competitive parity pricing)
- d. Penentuan harga rugi (loss leading pricing)
- e. Penentuan harga berdasarkan nilai (value-based pricing)
- f. Penentuan harga relasional (relationship pricing)

## 2.2 Definisi Produk

Produk merupakan suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. (Swastha dan Irawan,2000).

Sedangkan secara umum, produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya tercakup warna, harga, kemasan, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya

Produk (product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. (Kotler dan Armstrong, 2001:341)

### 2.2.1 Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa.

Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

#### 1.Barang Tidak Tahan Lama (Nondurable Goods)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabunmandi , minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula, garam, serta merica.

## 2. Barang Tahan Lama (Durable Goods)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian ( umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, dan komputer. (Fandy Tjiptono ,2011)

### 2.2.2 Indikator Produk

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel produk. Indikator produk yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Variasi produk yang ditawarkan
2. Kenyamanan penggunaan
3. Kesesuaian produk (Tjptono, 2002 ).

### 2.3 Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. (kotler,2002:83).

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi

yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaianya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

### **2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Didalam mengevaluasi kualitas pelayanan perusahaan yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategi dan analisis, adapun dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bukti langsung (tangibles), segala fasilitas fisik termasuk perlengkapan yang nampak dimata konsumen. Seperti lokasi, kebersihan ruangan, tempat parkir, keterampilan pegawai dan sarana komunikasi .
2. Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.
3. Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan sesuai pelayanan.
4. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan dari para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
5. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.

### 2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Indikator yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Bukti langsung
2. Keandalan
3. Daya tanggap
4. Jaminan
5. Empati

## 2.4 Kepuasan Konsumen

### 2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. (Kotler dan Armstrong, 2001:9)

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65).Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

#### 2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono,2003:104):

##### a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalahyang timbul.

##### b. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan- temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

##### c. Lost customer analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti

membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

#### d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung.

Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

### 2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator yang digunakan dalam menilai kepuasan konsumen adalah (Philip Kotler, 2009 : 36) sebagai berikut :

1. Kualitas yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan
2. Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi melalui dua komponen antara lain adalah *Desire Service* dan *Adequate Service* :

- a. *Desire Service* adalah suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- b. *Adequate Service* adalah pelayanan yang cukup dapat diterima berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan. (Ismerisa. 2013)

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu proses berfikir dari menentukan masalah, mengumpulkan data baik melalui buku-buku maupun studi lapangan dan melakukan pengolahan data sampai akhirnya memberi kesimpulan dari masalah yang diteliti.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono,2013:2)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian yang merupakan data yang berbentuk angka. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan meneliti populasi yang relatif luas dengan cara menentukan jumlah sampel dari populasi yang diteliti. Metode ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner/angket dan dokumentasi. Penelitian ini mengumpulkan tiga variabel yaitu harga, produk dan kualitas pelayanan. kemudian menghitung koefisien korelasinya.

#### 3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) TEBING TINGGI. Di jalan Jend. Sudirman no.397 Medan – Tebing Tinggi . Penelitian ini dilakukan pada 12 Desember 2020 s/d 12 Februari 2021 dengan syarat dan ketentuan dari perusahaan.

### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Kuesioner

Pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan yang disebarakan kepada responden konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi . Dalam kuesioner yang akan ditanyakan penulis adalah bagaimana produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi. . Tujuan diedarkan kuesioner pada responden adalah untuk memperoleh data mengenai produk, harga dan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi . Penulis akan megedarkan kuesioner di PT JNE Tebing-Tinggi dengan memberikan kuesioner kepada konsumen yang sering kali menggunakan jasa PT JNE. Langkah – langkah pengisian kuesioner yaitu dengan memberikan tanda centang pada tempat yang telah disediakan oleh penulis di dalam kuesioner tersebut.

#### 2. Wawancara

Wawancara mengenai produk, harga dan kualitas pelayanan akan dilakukan dengan para pengguna jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi untuk memperoleh informasi tentang beberapa hal yang berkaitan dengan produk, harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tebing-Tinggi

### 3.3 Metode Analisis Data

“statistik memegang peranan yang sangat penting dalam penelitian, baik dalam penyusunan model, dalam perumusan hipotesis, dalam pengembangan alat dan instrumen pengumpulan data, dalam penyusunan desain penelitian, dalam penentuan sampel, dan dalam analisis data”. Nazir (2014).

Beberapa teknik statistik yang dilakukan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah :

#### a. Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah cara yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sugiyono (2018).

#### b. Metode Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori-kategori tertentu dengan menggunakan table-tabel tertentu. Sugiyono (2018)

### 3.4 Pengolahan Data

Pengukuran variabel menggunakan skala likert yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pertanyaan atau variabel yang sedang diukur. Sugiyono (2018)

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Responden Skala Likert**

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.5 Analisis Data

Menguraikan tentang hasil yang diperoleh dari pengolahan data untuk diterapkan dalam pemecahan masalah . yaitu pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### 3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Sugiyono (2015)

Uji validitas untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Ketentuan suatu instrumen valid apabila memiliki koefisien korelasi *Product Moment* ( $r_{hitung}$ ) >  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 95% dengan ( $\alpha=0,05$  atau 5%).

Penelitian menganalisis data dengan menggunakan kolerasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi

$x_1, x_2$  dan  $x_3$  : variabel bebas,  $x_1$  (harga),  $x_2$  (produk) dan  $x_3$  (kualitas pelayanan)

$y$  : variabel terikat (kepuasan konsumen)

$n$  : jumlah sampel

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan maka analisis reliabilitas berdasarkan koefisien Cronbach Alpha. Cronbach's alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Cronbach's alpha dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Menunjukkan bahwa Cronbach's alpha dapat diterima apabila koefisien alpha jika  $> 0,6$ . Imam.Ghozali (2018).

Adapun rumus *Cronbach Alpha*, yaitu :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{k \sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad S_i^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrument

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$n$  = banyaknya responden

$\sum S_i^2$  = jumlah varian butir

$\sum S_t^2$  = jumlah varian total/varian kuadrat

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus di atas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel  $X$  dan variabel  $Y$ . Pada hakikatnya nilai  $r$  dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi  $-1 \leq r \leq +1$ . Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$ .
2. Bila  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Bila  $r = -1$  atau mendekati -1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

**Tabel 3.2 Intepretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Penggunaan analisis dalam statistik harus bebas dari asumsi-asumsi klasik. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heterokedasititas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika nilai residual tidak mengikuti distribusi normal, uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali 2016). “cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidaknya ada dua, yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik denga melihat histogram dan residualnya”. Dasar pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Heterokedastitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain, model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2016).

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas digunakan grafik *scatter plot* yaitu dengan melihat pola-pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang diprediksi dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ). Dasar pengambilan keputusan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak menjadi korelasi diantara variabel-variabel independen. Berdasarkan hasil analisis, jika variabel-variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 10, maka model regresi tersebut bebas dari masalah multikolinieritas (Ghozali 2016).

### 3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis digunakan pengujian statistik Uji Regresi Linear berganda untuk mengukur seberapa besar pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. JNE.

Untuk pengukurannya persamaan rumus regresi linear berganda. Persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- Y = variabel dependen (kepuasan konsumen)  
 a = nilai konstanta  
 $b_1X_1$  = nilai koefisien regresi variabel harga  
 $b_2X_2$  = nilai koefisien regresi variabel produk  
 $b_3X_3$  = nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan  
 e = faktor lain diluar model

### 3.5.4 Uji Hipotesis

#### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji secara parsial untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. JNE .

Sugiyono (2018).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

- t =  $t_{hitung}$  yang akan diujikan dengan  $t_{tabel}$   
 r = nilai koefisien korelasi antara x dan y  
 n = jumlah sampel

Kriteria pengujian hipotesis:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak maka ada pengaruh signifikan antara variabel x dan y
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $H_a$  ditolak maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel x dan y

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serempak) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dapat digunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana :

$F_h$  =  $F_{hitung}$  yang akan dibandingkan dengan  $F_{tabel}$

$R$  = Koefisien korelasi ganda

$k$  = jumlah variabel independen

$n$  = jumlah anggota sampel

Kriteria pengujian hipotesis :

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak maka ada pengaruh signifikan antara variabel x dan y
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $H_a$  ditolak maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel x dan y

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

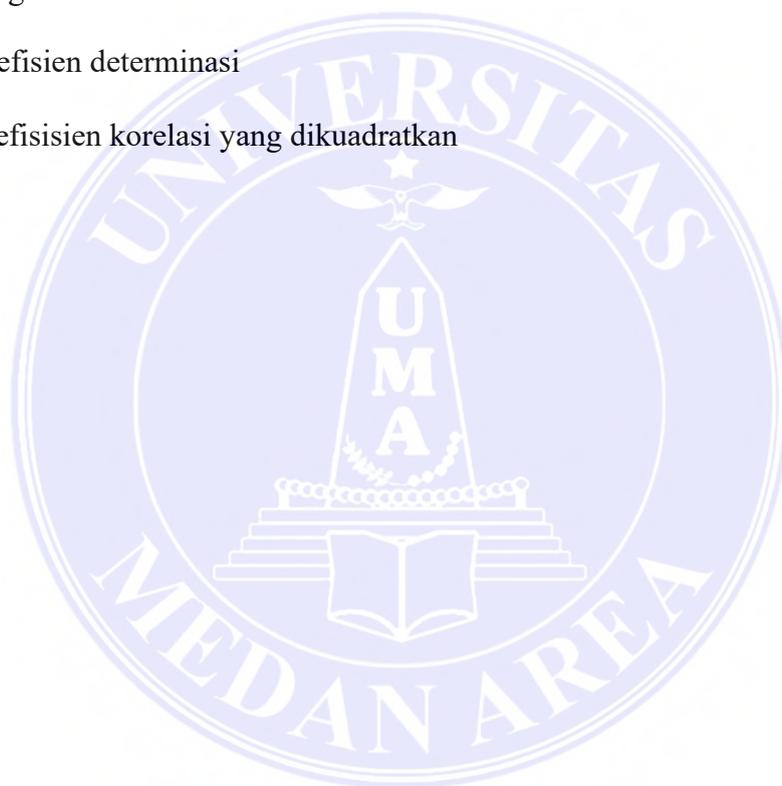
Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2018) semakin besar nilai koefisien determinan maka semakin baik kemampuan variabel ( $X$ ) menerangkan variabel ( $Y$ ).

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

Keterangan :

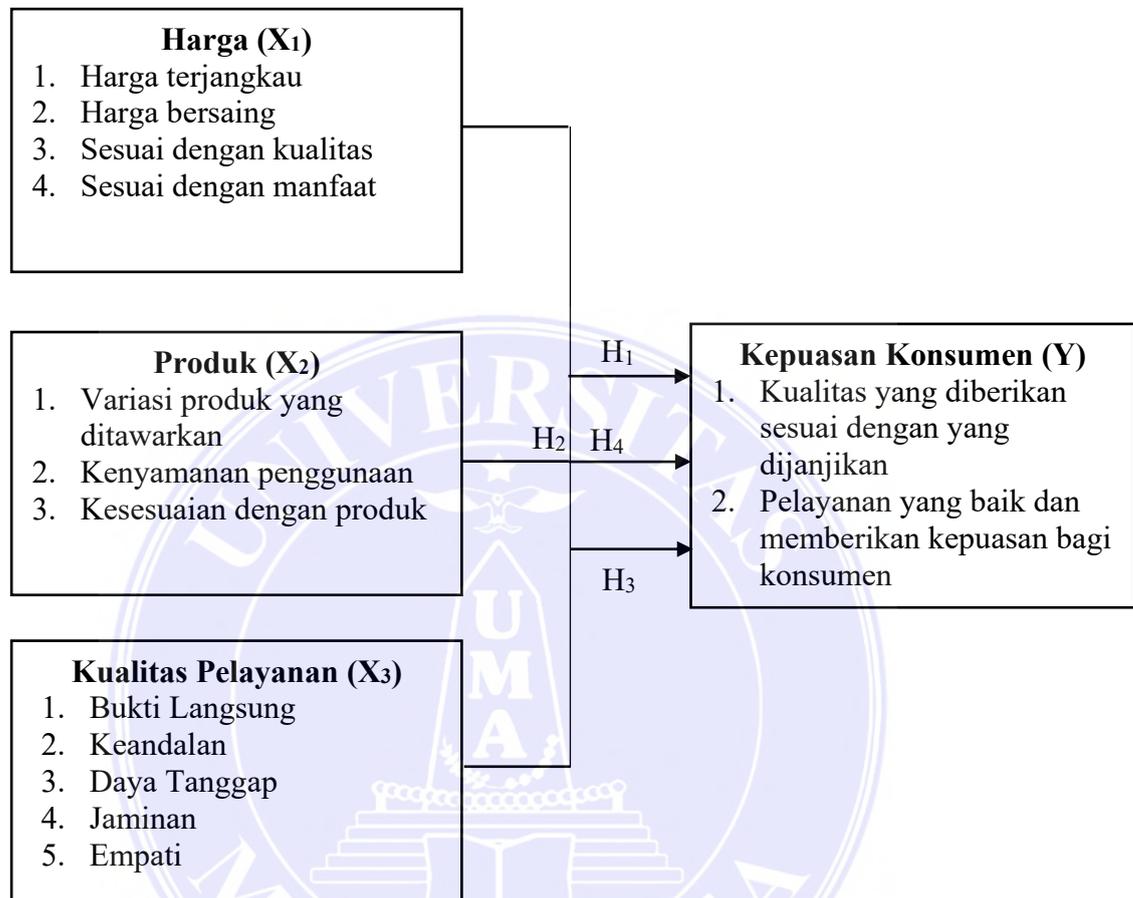
$D$  = koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi yang dikuadratkan



### 3.6 Kerangka Berfikir

Berdasarkan judul penelitian, maka secara sistematis dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut :



**Gambar 3.1 Kerangka Berfikir**

H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di PT. JNE Tebing Tinggi

H<sub>2</sub>: Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di PT. JNE Tebing Tinggi

H<sub>3</sub>: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di PT. JNE Tebing Tinggi

H<sub>4</sub>: Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di PT. JNE Tebing Tinggi

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan pengujian statistik maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} (0,873) < t_{tabel} (1,984)$  artinya Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka  $H_1$  ditolak.
2. Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} (1,975) < t_{table} (1,984)$ , artinya Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka  $H_2$  ditolak.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} (3,477) > t_{table} (1,984)$ , artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maka  $H_3$  diterima.
4. Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $F_{hitung} (13,559) > F_{tabel} (3,09)$  artinya variabel harga, produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE Tebing Tinggi maka  $H_4$  diterima.

5. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,298, yang berarti 29,8% variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari Harga, Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 70,2% variabel Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

1. Pihak PT. JNE Tebing Tinggi harus menggunakan strategi pelayanan yang berbeda dengan pesaing, sehingga hasilnya dapat dinilai oleh pelanggan dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan membuat pelanggan puas.
2. Selain itu diharapkan bagi pihak manajemen untuk menciptakan produk yang terus berinovasi agar pelanggan merasa senang dan nyaman ketika menggunakan jasa pengiriman di PT. JNE Tebing Tinggi.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat mencari faktor-faktor lain seperti citra merek (*Brand Image*), nilai yang dirasakan (*perceived value*), kepercayaan (*trust*), relasional pelanggan (*customer relationship*), biaya peralihan (*switching cost*), dan dependabilitas (*reliability*) yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. (2011). Peran Harga Sebagai Indikator Kualitas Jasa Persepsidan Pengaruh Terhadap Kemungkinan Menmbeli Konsumen. Fokus Manajerial, Vol. 2, No. 2, 101-120.
- Ating Tedjasutisna. (2004:127). Kewirausahaan. Bandung : Armico.
- Dharmesta dan Irawan . (2006:21). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Liberty. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi Kedua , Yogyakarta: Andi.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS).
- Imam.Ghozali, (2018). Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Iserisa. (2013). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan.
- Kotler dan Armstrong. (2001:9). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2001:439). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1.Jakarta: Erlangga.
- Nazir (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler. (2009 : 36). Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi 13). U.S.A : Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2013:2). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian & pengembangan . research and Develoment.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).Bandung: CV Alfabeta.
- Swastha dan Irawan. (2000). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2,Yogyakarta : Liberty.
- Swastha. (2008:241). Menejemen Pemasaran Modern. (edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono. (2003:104). Total Quality Management. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono. (2002:151). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Umar. (2005:65). Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis, Jakarta: Grafindo Persada.

Amri, D., & Irwan, I. (2019). Pengaruh Penambahan Pecahan Kulit Kemiri Sebagai Pengganti Sebagian Agregat Kasar Pada Beton Terhadap Massa Dan Kuat Tekan Beton. JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 3(2), 88-96. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v3i2.2778>

Efendi Situmorang, B., & Ardan, M. (2019). Pengaruh Waktu Pemeraman Dengan Penambahan Kapur Sebagai Bahan Additive Pada Tanah Lempung Ekspansif Terhadap Nilai CBR Tanah. JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 3(2), 97-108. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v3i2.2779>

Bali, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Plastik Low Linear Density Poly Ethylene Sebagai Pengganti Sebagian Aspal Pengikat Terhadap Campuran Aspal Beton (AC-WC). JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 4(1), 1-10. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v4i1.3565>

Franchita, R., & Rahman, R. (2020). Metode Filterisasi Sederhana Pada Pemanfaatan Air Hujan Di SD Negeri 066656 Kecamatan Medan Selayang Padang Bulan. JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND TRANSPORTATION, 4(1), 11-17. doi:<https://doi.org/10.31289/jcebt.v4i1.3567>

## LAMPIRAN

### KUESIONER UNTUK KONSUMEN PT. JNE TEBING-TINGGI

#### HALAMAN 1

#### PETUNJUK PENGISIAN

Mohon diisi titik pada tempat yang sudah disediakan dan mohon diberi (X) dalam kotak untuk alternatif jawaban pada pendidikan terakhir, dan pekerjaan anda saat ini yang paling sesuai dengan keadaan anda

Nama : .....  
Jenis Kelamin : .....  
Usia : ..... Tahun

Pendidikan Terakhir :  SD  
 SMP  
 SMA/Sederajat  
 D1  
 D2  
 D3  
 S1  
 S2/S3  
 Lainnya

Pekerjaan anda saat ini :  Wiraswasta  
 Pegawai Swasta  
 Pelajar / Mahasiswa  
 PNS  
 Lainnya

Sudah menggunakan jasa layanan PT. JNE ..... Kali

**HALAMAN 2****PETUNJUK PENGISIAN**

Mohon Bapak / Ibu/ Saudara/ i beri tanda ( X ) pada kolom yang tersedia dengan keadaan harga, produk, dan kualitas pelayanan PT. JNE yang sebenarnya pada masing – masing nomor yang ada .

Keterangan :     STS    : Sangat Tidak Setuju  
                          TS     : Tidak Setuju  
                          N     : Netral  
                          S     : Setuju  
                          SS    : Sangat Setuju

**1. Harga**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga yang ditawarkan PT. JNE terjangkau oleh konsumen					
2	Harga yang ditawarkan PT. JNE bersaing dengan jasa pengiriman lainnya					
3	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen					
4	Manfaat yang diberikan PT. JNE sesuai dengan harga yang ditawarkan					

**2. Produk**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Variasi produk yang ditawarkan oleh PT. Jalur Nugraha Ekakurir ( JNE ) sangat beragam					
2	Berbagai pilihan produk yang ditawarkan PT. Jalur Nugraha Ekakurir ( JNE ) memberikan kenyamanan bagi saya					
3	Produk yang ditawarkan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sesuai dengan harapan saya					

### 3. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Tempat, sarana peralatan dan kerapihan penampilan karyawan PT. JNE Tebing Tinggi cukup memadai dan memuaskan konsumen					
2	Proses pengiriman barang, dan penanganan transaksi dilakukan dengan cepat, tepat dan teliti					
3	Karyawan PT. JNE selalu siap dan cekatan dalam membantu konsumen					
4	Karyawan PT. JNE memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan informasi kepada para konsumen					
5	PT. JNE bertanggung jawab penuh terhadap keamanan dalam pengiriman barang					
6	Karyawan PT. JNE bersikap ramah dan sopan pada saat memberikan pelayanan terhadap Anda					
7	Anda telah mendapatkan perhatian yang baik dari pihak PT. JNE Tebing Tinggi					
8	Karyawan PT. JNE telah memahami apa yang menjadi kebutuhan anda sebagai konsumen / pelanggan					

### 4. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk yang dikirim oleh konsumen / pelanggan datang tepat waktu pada tempat tujuan pengiriman					
2	Kualitas pengiriman barang yang diberikan sesuai dengan harga					
3	Jasa pengiriman barang PT. JNE dapat dipercaya					
4	Kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan PT. JNE Tebing Tinggi					

## REKAPITULASI HASIL KUESIONER KONSUMEN PT. JNE TEBING-TINGGI

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Menggunakan JNE
1	Laki - Laki	15	D1	Lainnya...	1
2	Laki - Laki	19	D1	Lainnya...	1
3	Laki - Laki	19	D3	Lainnya...	1
4	Laki - Laki	19	D3	Lainnya...	1
5	Laki - Laki	19	D3	Lainnya...	1
6	Laki - Laki	19	D3	Lainnya...	2
7	Laki - Laki	19	D3	Lainnya...	2
8	Laki - Laki	20	D3	Lainnya...	2
9	Laki - Laki	20	D3	Lainnya...	2
10	Laki - Laki	20	D3	Lainnya...	2
11	Laki - Laki	20	S1	Lainnya...	2
12	Laki - Laki	20	S1	Lainnya...	3
13	Laki - Laki	20	S1	Lainnya...	3
14	Laki - Laki	21	S1	Lainnya...	3
15	Laki - Laki	21	S1	Lainnya...	3
16	Laki - Laki	21	S1	Lainnya...	3
17	Laki - Laki	21	S1	Lainnya...	3
18	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
19	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
20	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
21	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
22	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
23	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
24	Laki - Laki	21	S1	Pegawai Swasta	3
25	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	3
26	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	4
27	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	4
28	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	4
29	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	4
30	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	4
31	Laki - Laki	22	S1	Pegawai Swasta	4
32	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	4
33	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	4
34	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
35	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
36	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
37	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
38	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
39	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
40	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
41	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
42	Laki - Laki	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
43	Perempuan	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	5
44	Perempuan	22	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	5
45	Perempuan	22	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	5
46	Perempuan	22	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	5
47	Perempuan	22	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	5
48	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	6

49	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	6
50	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	6
51	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	6
52	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	6
53	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	6
54	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	7
55	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	7
56	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	7
57	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	7
58	Perempuan	23	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	8
59	Perempuan	24	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	8
60	Perempuan	24	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	8
61	Perempuan	24	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	8
62	Perempuan	24	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
63	Perempuan	24	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
64	Perempuan	24	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
65	Perempuan	25	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
66	Perempuan	25	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
67	Perempuan	25	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
68	Perempuan	25	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
69	Perempuan	25	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
70	Perempuan	26	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
71	Perempuan	27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
72	Perempuan	27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
73	Perempuan	27	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	10
74	Perempuan	27	SMA/SMK	PNS	11
75	Perempuan	27	SMA/SMK	PNS	11
76	Perempuan	27	SMA/SMK	PNS	11
77	Perempuan	27	SMA/SMK	PNS	11
78	Perempuan	27	SMA/SMK	Wiraswasta	15
79	Perempuan	27	SMA/SMK	Wiraswasta	15
80	Perempuan	27	SMA/SMK	Wiraswasta	21
81	Perempuan	27	SMA/SMK	Wiraswasta	21
82	Perempuan	27	SMA/SMK	Wiraswasta	30
83	Perempuan	28	SMA/SMK	Wiraswasta	30
84	Perempuan	28	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
85	Perempuan	28	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
86	Perempuan	28	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
87	Perempuan	28	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
88	Perempuan	29	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
89	Perempuan	29	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
90	Perempuan	30	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
91	Perempuan	30	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
92	Perempuan	30	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
93	Perempuan	30	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
94	Perempuan	30	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
95	Perempuan	31	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
96	Perempuan	31	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
97	Perempuan	33	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
98	Perempuan	33	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
99	Perempuan	36	SMA/SMK	Wiraswasta	>30
100	Perempuan	36	SMA/SMK	Wiraswasta	>30

### REKAPITULASI HASIL KUESIONER KONSUMEN PT. JNE TEBING-TINGGI

No	Harga (X1)				Total	Produk (X2)			Total	Kualitas Pelayanan (X3)								Total	Kepuasan Konsumen (Y)				Total	
	1	2	3	4		1	2	3		1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4		
1	5	5	5	4	19	4	4	4	12	5	5	5	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	16
2	4	3	4	4	15	5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
3	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
4	5	2	4	4	15	4	3	4	11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	31	3	4	3	3	13
5	4	3	4	4	15	4	5	3	12	3	4	3	3	4	3	4	3	27	5	5	4	4	18	
6	4	5	5	5	19	4	5	5	14	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	
7	5	4	3	5	17	4	4	5	13	4	4	3	4	3	3	4	4	29	5	4	4	3	16	
8	4	4	5	5	18	5	5	5	15	5	4	4	4	5	4	4	4	34	4	4	5	4	17	
9	4	3	3	3	13	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	3	2	28	4	4	4	3	15	
10	4	5	4	3	16	5	4	4	13	4	4	3	4	5	5	4	4	33	4	4	5	4	17	
11	2	4	4	4	14	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	5	4	15	
12	4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	4	4	3	4	4	4	3	29	4	4	4	4	16	
13	4	4	3	3	14	4	3	3	10	5	4	3	3	4	3	3	4	29	3	4	4	4	15	
14	4	4	3	4	15	3	3	4	10	4	5	4	5	3	5	4	4	34	4	5	4	5	18	
15	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	5	4	3	4	4	5	4	33	4	5	5	4	18	
16	4	3	4	4	15	5	5	5	15	5	5	5	4	5	4	4	5	37	5	5	4	4	18	
17	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	4	3	4	4	27	4	4	3	3	14	
18	4	3	4	4	15	4	3	3	10	4	4	4	4	5	3	3	3	30	4	4	3	4	15	
19	3	3	4	4	14	4	4	4	12	4	4	3	3	4	4	4	4	30	5	4	4	4	17	
20	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	16	
21	4	5	3	4	16	4	4	3	11	4	5	4	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	17	
22	3	2	3	3	11	4	4	5	13	3	4	4	4	3	3	4	4	29	5	5	4	3	17	
23	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	4	3	3	5	4	4	4	31	5	4	3	3	15	
24	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	19	
25	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24	5	4	3	5	17	
26	4	3	4	5	16	3	3	3	9	3	4	3	3	4	4	3	3	27	5	5	4	4	18	
27	3	3	5	3	14	4	4	4	12	3	3	3	2	3	3	3	3	23	4	4	3	4	15	
28	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	5	4	4	4	33	5	5	5	5	20	
29	4	3	5	4	16	5	4	4	13	4	3	3	3	3	3	3	3	25	5	5	5	5	20	
30	3	4	4	4	15	5	4	4	13	4	3	4	4	4	5	4	4	32	3	4	4	4	15	
31	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	
32	4	4	4	5	17	4	4	3	11	4	3	3	4	4	4	4	4	30	3	3	4	4	14	
33	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	
34	4	3	4	4	15	4	5	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	
35	4	4	5	4	17	4	4	3	11	5	4	4	5	4	4	4	5	35	5	4	4	3	16	
36	5	5	1	5	16	5	4	3	12	5	5	4	2	3	3	2	2	26	2	3	3	1	9	
37	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	5	4	5	4	4	5	4	35	5	5	4	4	18	
38	5	4	4	4	17	4	5	4	13	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16	
39	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	5	5	5	5	5	5	38	4	5	5	5	19	
40	4	5	5	4	18	3	4	4	11	4	4	4	3	5	4	4	3	31	4	3	4	4	15	
41	3	3	4	4	14	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	
42	4	4	4	4	16	5	3	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	
43	5	5	4	4	18	4	4	5	13	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4	4	4	3	15	
44	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	4	4	3	4	4	4	29	3	4	3	4	14	
45	3	4	3	3	13	3	3	3	9	4	3	4	5	3	5	4	4	32	4	4	4	3	15	
46	5	1	4	5	15	3	5	4	12	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	18	
47	5	4	3	5	17	5	5	5	15	5	5	5	4	4	5	5	3	36	5	4	4	4	17	
48	4	5	4	4	17	5	3	4	12	5	5	4	5	4	5	4	5	37	5	4	4	4	17	
49	5	5	5	5	20	5	5	5	15	3	4	4	4	5	5	5	5	35	3	4	5	5	17	
50	4	5	4	4	17	3	5	4	12	4	3	4	4	3	4	3	4	29	5	4	5	4	18	
51	2	3	3	3	11	5	4	4	13	3	4	4	3	4	4	4	4	30	4	3	4	4	15	

52	4	5	4	4	17	5	4	3	12	2	4	3	4	5	3	5	5	31	2	4	5	4	15
53	3	3	4	3	13	4	4	4	12	3	4	4	3	5	3	4	3	29	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12	4	3	4	11	4	4	3	3	5	4	4	4	31	5	4	4	4	17
55	4	4	4	4	16	4	5	4	13	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	4	4	4	17
56	5	5	5	4	19	4	4	4	12	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	16
57	4	3	4	4	15	5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
58	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
59	5	2	4	4	15	4	3	4	11	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	4	3	3	13
60	4	3	4	4	15	4	5	3	12	3	4	3	3	4	3	4	3	27	5	5	4	4	18
61	4	5	5	5	19	4	5	5	14	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
62	5	4	3	5	17	4	4	5	13	4	4	3	4	3	3	4	4	29	5	4	4	3	16
63	4	4	5	5	18	5	5	5	15	5	4	4	4	5	4	4	4	34	4	4	5	4	17
64	4	3	3	3	13	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	3	2	28	4	4	4	3	15
65	4	5	4	3	16	5	4	4	13	4	4	3	4	5	5	4	4	33	4	4	5	4	17
66	2	4	4	4	14	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	5	4	15
67	4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	4	4	3	4	4	4	3	29	4	4	4	4	16
68	4	4	3	3	14	4	3	3	10	5	4	3	3	4	3	3	4	29	3	4	4	4	15
69	4	4	3	4	15	3	3	4	10	4	5	4	5	3	5	4	4	34	4	5	4	5	18
70	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	5	4	3	4	4	5	4	33	4	5	5	4	18
71	4	3	4	4	15	5	5	5	15	5	5	5	4	5	4	4	5	37	5	5	4	4	18
72	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	4	3	4	4	27	4	4	3	3	14
73	4	3	4	4	15	4	3	3	10	4	4	4	4	5	3	3	3	30	4	4	3	4	15
74	3	3	4	4	14	4	4	4	12	4	4	3	3	4	4	4	4	30	5	4	4	4	17
75	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	16
76	4	5	3	4	16	4	4	3	11	4	5	4	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	17
77	3	2	3	3	11	4	4	5	13	3	4	4	4	3	3	4	4	29	5	5	4	3	17
78	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	4	3	3	5	4	4	4	31	5	4	3	3	15
79	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	19
80	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24	5	4	3	5	17
81	4	3	4	5	16	3	3	3	9	3	4	3	3	4	4	3	3	27	5	5	4	4	18
82	3	3	5	3	14	4	4	4	12	3	3	3	2	3	3	3	3	23	4	4	3	4	15
83	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	5	4	4	4	33	5	5	5	5	20
84	4	3	5	4	16	5	4	4	13	4	3	3	3	3	3	3	3	25	5	5	5	5	20
85	3	4	4	4	15	5	4	4	13	4	3	4	4	4	5	4	4	32	3	4	4	4	15
86	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16
87	4	4	4	5	17	4	4	3	11	4	3	3	4	4	4	4	4	30	3	3	4	4	14
88	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
89	4	3	4	4	15	4	5	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
90	4	4	5	4	17	4	4	3	11	5	4	4	5	4	4	4	5	35	5	4	4	3	16
91	5	5	1	5	16	5	4	3	12	5	5	4	2	3	3	2	2	26	2	3	3	1	9
92	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	5	4	5	4	4	5	4	35	5	5	4	4	18
93	5	4	4	4	17	4	5	4	13	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16
94	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	5	5	5	5	5	5	38	4	5	5	5	19
95	4	5	5	4	18	3	4	4	11	4	4	4	3	5	4	4	3	31	4	3	4	4	15
96	3	3	4	4	14	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16	5	3	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
98	5	5	4	4	18	4	4	5	13	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4	4	4	3	15
99	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	4	4	3	4	4	4	29	3	4	3	4	14
100	3	4	3	3	13	3	3	3	9	4	3	4	5	3	5	4	4	32	4	4	4	3	15

		Correlation				
		X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	TOTAL X1
X1-1	Pearson Correlation	1	,339**	,216*	,629**	,748**
	Sig. (2-tailed)		,001	,031	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1-2	Pearson Correlation	,339**	1	,177	,310**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,001		,079	,002	,000
	N	100	100	100	100	100
X1-3	Pearson Correlation	,216*	,177	1	,338**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,031	,079		,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X1-4	Pearson Correlation	,629**	,310**	,338**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,001		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL X1	Pearson Correlation	,748**	,688**	,620**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,646	4

## Correlations

		x2-1	x2-2	x2-3	Total X2
x2-1	Pearson Correlation	1	,423**	,405**	,741**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2-2	Pearson Correlation	,423**	1	,627**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
x2-3	Pearson Correlation	,405**	,627**	1	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total X2	Pearson Correlation	,741**	,846**	,844**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,740	3

## Correlations

		X3-1	X3-2	X3-3	X3-4	X3-5
X3-1	Pearson Correlation	1	,520**	,491**	,393**	,280**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,005
	N	100	100	100	100	100
X3-2	Pearson Correlation	,520**	1	,602**	,333**	,336**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,001
	N	100	100	100	100	100
X3-3	Pearson Correlation	,491**	,602**	1	,603**	,339**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001
	N	100	100	100	100	100
X3-4	Pearson Correlation	,393**	,333**	,603**	1	,276**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,005
	N	100	100	100	100	100
X3-5	Pearson Correlation	,280**	,336**	,339**	,276**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,001	,001	,005	
	N	100	100	100	100	100
X3-6	Pearson Correlation	,396**	,346**	,584**	,658**	,372**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3-7	Pearson Correlation	,205*	,408**	,506**	,601**	,472**
	Sig. (2-tailed)	,041	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3-8	Pearson Correlation	,384**	,296**	,440**	,666**	,398**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL X3	Pearson Correlation	,641**	,652**	,780**	,791**	,599**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100

## Correlations

		X3-6	X3-7	X3-8	TOTAL X3
X3-1	Pearson Correlation	,396**	,205*	,384**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000	,041	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3-2	Pearson Correlation	,346**	,408**	,296**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000
	N	100	100	100	100
X3-3	Pearson Correlation	,584**	,506**	,440**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3-4	Pearson Correlation	,658**	,601**	,666**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3-5	Pearson Correlation	,372**	,472**	,398**	,599**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3-6	Pearson Correlation	1	,621**	,543**	,779**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3-7	Pearson Correlation	,621**	1	,732**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3-8	Pearson Correlation	,543**	,732**	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL X3	Pearson Correlation	,779**	,778**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	8

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	,571**	,168	,340**	,724**
	Sig. (2-tailed)		,000	,095	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,571**	1	,344**	,481**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,168	,344**	1	,519**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,095	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,340**	,481**	,519**	1	,796**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL Y	Pearson Correlation	,724**	,788**	,662**	,796**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	4

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan (X3), Produk (X2), Harga (X1) <sup>b</sup>		. Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,546 <sup>a</sup>	,298	,276	1,73779

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122,838	3	40,946	13,559	,000 <sup>b</sup>
	Residual	289,912	96	3,020		
	Total	412,750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Produk (X2), Harga (X1)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6,226	1,645		3,785
	Harga (X1) Produk (X2)	,085	,098	,092	,873
		,244	,123	,197	1,975
	Kualitas Pelayanan (X3)	,184	,053	,366	3,477

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,000		
	Harga (X1)	,385	,666	1,502
	Produk (X2)	,051	,737	1,357
	Kualitas Pelayanan (X3)	,001	,661	1,513

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Harga (X1)	Produk (X2)
1	1	3,974	1,000	,00	,00	,00
	2	,010	19,788	,04	,48	,61
	3	,009	21,407	,61	,28	,37
	4	,008	22,845	,34	,24	,01

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Variance ...
		Kualitas Pelayanan (X3)
1	1	,00
	2	,07
	3	,08
	4	,84

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14,5694	18,9358	16,4500	1,11391	100
Std. Predicted Value	-1,688	2,232	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,182	,523	,335	,091	100
Adjusted Predicted Value	14,5042	18,8655	16,4381	1,12060	100
Residual	-6,29107	4,64910	,00000	1,71126	100
Std. Residual	-3,620	2,675	,000	,985	100
Stud. Residual	-3,693	2,760	,003	1,007	100
Deleted Residual	-6,54771	4,94640	,01194	1,79033	100
Stud. Deleted Residual	-3,967	2,861	,001	1,036	100
Mahal. Distance	,090	7,971	2,970	2,062	100
Cook's Distance	,000	,139	,012	,027	100
Centered Leverage Value	,001	,081	,030	,021	100

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

## Charts

