

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA J&T EXPRESS BANDUNG KULON, KOTA BANDUNG****Rismayanti, Tiris Sudartono**

Manajemen Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha

Email: rismayanti19404192@gmail.com, tiris.sudartono@gmail.com

**Abstrak**

Hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Bandung Kulon, Kota Bandung. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya hubungan antara kedua variabel tersebut berdasarkan beberapa penelitian terdahulu. Adapun pada kualitas pelayanan terdapat 5 (lima) variabel di dalamnya, yaitu: Variabel Kehandalan, Variabel Bukti Langsung, Variabel Daya Tanggap, Variabel Jaminan, dan Variabel Empati. Untuk kualitas pelayanan terdapat 3 (tiga) variabel di dalamnya, yaitu: Service Indicator (Indikator Pelayanan), Enterprise Satisfaction (Kepuasan Perusahaan), dan Product atau Service Satisfaction (Kepuasan Produk atau Jasa). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Bandung Kulon, Kota Bandung. Responden dalam penelitian ini berjumlah 22 orang dan diambil datanya melalui teknik wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah dari segi kualitas pelayanan, J&T Express Bandung Kulon masih perlu melakukan perbaikan dalam hal pelayanan antar jemput barang. Kemudian dari segi kepuasan pelanggan masih tergolong rendah dari hasil wawancara yang dilakukan.

**Kata Kunci:** Jasa J&T; Kualitas Pelayanan; Kualitas Pelanggan.**Abstract**

*The focus of this research is service quality on customer satisfaction at J&T Bandung Kulon, Bandung City. This research is motivated by the existence of a relationship between the two variables based on several previous studies. As for service quality, there are 5 (five) variables in it, namely: Reliability Variable, Direct Evidence Variable, Responsiveness Variable, Assurance Variable, and Empathy Variable. For service quality, there are 3 (three) variables in it, namely: Service Indicator, Enterprise Satisfaction, and Product or Service Satisfaction. This study uses a qualitative descriptive method. The purpose of this study was to analyze the relationship between service quality and customer satisfaction at J&T Bandung Kulon, Bandung City. Respondents in this study amounted to 22 people and data were collected through interview techniques. The results of this study are that in terms of service quality, J&T Express Bandung Kulon still needs to make improvements in terms of the shuttle service. Then in terms of customer satisfaction it is still relatively low from the results of the interviews conducted.*

**How to cite:**Rismayanti, Tiris Sudartono (2023) Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa J&T Express Bandung Kulon, Kota Bandung, (5) 4,  
<https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227>**E-ISSN:**[2684-883X](https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227)**Published by:**[Ridwan Institute](https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227)

**Keywords:** *J&T Services; Quality of Service; Customer Quality.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Kemunculan dan perluasan berbagai bisnis, yang masing-masing menjalankan bisnis yang berbeda, menjadi indikasi akan hal ini (Saebah & Asikin, 2022). Pertumbuhan dan perkembangan jasa pengiriman barang saat ini semakin pesat, baik dari segi jumlah dan ragam perusahaan jasa tersebut baik itu korporasi domestik maupun internasional maupun kuantitas dan kualitas jasa yang ditawarkannya (Bate'e et al., 2022). Berdasarkan Veranita (2021) Tuntutan utama pelanggan dalam bertransaksi adalah berbisnis melalui e-commerce dan digital marketing, sehingga pembelian secara online melalui berbagai platform e-commerce serta transaksi secara digital. Karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan manajemen dari sudut pandang digital atau e-commerce, pemilik tidak memanfaatkan media yang sudah ada dengan sebaik-baiknya (Sulistiyani et al., 2020). Kemungkinan yang sangat baik dan penting bagi pertumbuhan ekonomi dan upaya peningkatan kesejahteraan adalah pengembangan tenaga kerja (Wahiddudin, 2019).

Berdasarkan Kotler (2016b), emosi kebahagiaan atau ketidakpuasan seseorang yang ditimbulkan dengan membandingkan kinerja produk dengan harapan mereka. Hasil ketidakpuasan pelanggan dari kinerja yang jauh dari harapan; kepuasan pelanggan dihasilkan dari kinerja yang memenuhi harapan. Kotler (2016b) menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan, kepemilikan, atau akses ke suatu barang atau jasa. Berdasarkan Hani Handoko (2010), ketepatan waktu adalah interval. antara saat pelanggan memesan produk dan saat mereka menerimanya. Konsumen biasanya menggunakan estimasi kedatangan dan kedatangan sebagai tolok ukur untuk menentukan bagus atau tidaknya suatu jasa pengiriman (Hafizha & Nuryani, 2019).

Berdasarkan Tjiptono (2014), inilah variabel dari kualitas pelayanan terdiri lima variabel sebagai berikut: (1) Variabel Kehandalan. (2) Variabel Bukti Langsung. (3) Variabel Daya Tanggap. (4) Variabel Jaminan. (5) Variabel Emphati. Ada tiga variabel tingkat kepuasan, menurut Tjiptono (2017), yaitu: (1) Service Indicator (Indikator Pelayanan). (2) Enterprise Satisfaction (Kepuasan Perusahaan). (3) Product atau Service Satisfaction (Kepuasan Produk atau Jasa).

Berdasarkan Hani Handoko (2010), ketepatan waktu adalah jumlah waktu antara saat pelanggan memesan produk dan saat produk benar-benar sampai kepada mereka. Pelanggan biasanya menggunakan perkiraan kedatangan dan kedatangan sebagai tolok ukur untuk menentukan apakah layanan pengiriman efektif atau tidak. Kesimpulan: J&T Express meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan disiplin waktu sesuai dengan komitmennya; akibatnya, klien ini akan terus menggunakan layanan perusahaan di masa mendatang.

Berdasarkan [Tjiptono \(2017\)](#), menjelaskan bahwa harga suatu produk adalah jumlah uang (atau jenis unit moneter lainnya) atau faktor lain (yang bukan keuangan) yang mencakup utilitas atau kegunaan lain yang diperlukan untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan karena merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan pelanggan ketika memutuskan untuk menggunakan suatu jasa atau tidak. Penetapan harga seharusnya tidak ditentukan oleh biaya layanan atau produsen, melainkan oleh bagaimana pelanggan memandang nilai yang mereka terima ([Kotler, 2016a](#)).

Selain itu, isu-isu terkait dengan masalah yang diselesaikan yakni mengetahui apa saja dampak mengenai kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa J&T Express Bandung Kulon, Kota Bandung. Data yang sudah dianalisa diatas kini penulis menemukan masalah dari penelitian ini yakni banyak dampak pada kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa J&T Express Bandung Kulon, Kota Bandung serta ini menjadi suatu dugaan permasalahan pada penelitian ini. Inilah penelitian sebelumnya yang relevan sebagai berikut:

Skripsi yang disusun oleh [Henti \(2020\)](#) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas (Studi Pada Mahasiswa PTS Bandung Pengguna Jasa Layanan Kurir J&T Express Bandung)* Dalam penelitian ini menganalisa terkait pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan kosumen terhadap loyalitas pelanggan pada jasa layanan kurir J&T Express di Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi emphaty dari variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keseluruhan dimensi kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Jurnal yang disusun oleh [Aleron \(2022\)](#) *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Yang Dimoderasi Oleh Garansi* Dalam penelitian ini di analisa terkait pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ekspedisi J&T Express dengan garansi sebagai variabel moderasim. Berdasarkan hasil analisa diketahui bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan garansi memoderasi pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kajian kepuasan pelanggan ini akan digunakan oleh J&T Express Bandung kulon untuk pengiriman barang. J&T Express adalah bisnis Indonesia berusia lima tahun yang menyediakan layanan pengiriman barang. Karena alasan tersebut, sangat penting bagi perusahaan ekspedisi untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dengan memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhinya. Metode yang digunakan dalam menilai kepusan data wilayah adalah banyak pengguna jasa J&T.

**Tabel 1**  
**Data Tingkat Kepuasan Jasa J&T Express Setiap Bulan**

No	Bulan	Jumlah	Presentase
1	Januari	564	18 %
2	Februari	550	15%
3	Maret	385	13%
4	April	350	10%
5	Mei	349	9,5%
6	Juni	348	9%
7	Juli	347	8,5%
8	Agustus	340	7%
9	September	332	6%
10	Oktober	330	5%
11	November	320	4%
12	Desember	315	3%

Berdasarkan tabel 1 yang ada di atas terdapat data tingkat kepuasan jasa J&T Express Cabang Bandung Kulon disetiap bulannya yakni pada bulan januari ke februari terjadinya penurunan 14% dari jumlah tingkat kepuasan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dari 564 menjadi 550. Pada bulan maret ke april terjadinya penurunan lagi 35% dari jumlah tingkat kepuasan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dari 385 menjadi 350. Lalu pada bulan mei ke juni terjadinya penurunan 1% dari jumlah tingkat kepuasan pelanggan J&T Express. Bandung Kulon dari 349 menjadi 348. Pada bulan juli ke agustus terjadinya penurunan 7% dari jumlah tingkat kepuasan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dari 347 menjadi 340. Pada bulan september ke oktober terjadinya penurunan 2% dari jumlah tingkat kepuasan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dari 332 menjadi 330.

Pada bulan november ke desember terjadinya penurunan 5% dari jumlah tingkat kepuasan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dari 320 menjadi 315. Dari hasil data tersebut penulis menyimpulkan bahwa ketidakstabilan atau penurunan drastis terhadap tingkat kepuasan jasa J&T Express cabang Bandung Kulon. Dengan adanya penggunaan jasa J&T yang naik turun setiap bulannya diduga terdapat pelayanan yang tidak maksimal yang dilakukan jasa J&T pada periode janurai samapi dengan desember tahun 2022 sehingga penulis tertarik dengan mengadakan penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa J&T Express Bandung Kulon, Kota Bandung" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pealnggan melalui kualitas pelayanan yang dilakukan PT. J&T Exprs Bandung Kulon, serta mencari upaya-upaya yang dapat dilakukan J&T dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif Menurut, [Sugiyono \(2013\)](#) penelitian kualitatif sebagai pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filosofi postpositivis, digunakan untuk mengkaji kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen utama, data dikumpulkan dengan menggunakan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan temuan penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Berdasarkan informasi

yang diberikan ahli tersebut di atas, bahwa penelitian deskriptif kualitatif memerlukan sejumlah prosedur untuk mengumpulkan data dalam keadaan alaminya, tanpa batasan buatan yang akan mengaburkan signifikansinya. Karena penelitian ini mengkaji fenomena proses analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa J&T Express Bandung Kulon, Kota Bandung, maka peneliti menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif dalam hal ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Analisis Kualitas Pelayanan pada J&T Express Bandung Kulon**

Pada penelitian ini, data penelitian diperoleh dengan metode wawancara kepada informan yaitu pelanggan pengguna layanan jasa J&T di kota Bandung. Dalam wawancara tersebut, diajukan pertanyaan terkait kualitas dan kepuasan pengguna layanan J&T Express Bandung Kulon. Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh melalui wawancara tersebut maka diperoleh analisis secara kualitatif berdasarkan 5 dimensi kualitas. Dimensi kualitas tersebut digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan ([Amalia et al., 2017](#)). Berdasarkan hal tersebut berikut dijabarkan analisis tingkat pelayanan J&T Express Bandung Kulon berdasarkan 5 dimensi kualitas, yaitu:

#### **1. Bukti Fisik**

Bukti fisik atau tangible berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam membuktikan eksistensinya pada pihak luar. Dalam penelitian ini untuk dimensi bukti fisik atau tangible dalam penilaian pelayanan J&T Express Bandung Kulon oleh customer dilakukan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan 22 orang responden. Berdasarkan data hasil wawancara terhadap 22 responden yang merupakan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dapat diketahui bahwa dari 22 responden tersebut terdapat 4 orang yang berpendapat bahwa kelengkapan materi dan informasi J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 15 orang yang berpendapat bahwa kelengkapan materi dan informasi J&T Express tidak memuaskan, dan 5 orang berpendapat bahwa kelengkapan materi dan informasi J&T Express Bandung Kulon termasuk dalam kategori cukup memuaskan. Berdasarkan hal ini, dapat diartikan bahwa kelengkapan materi dan informasi pengiriman dalam dimensi bukti fisik J&T Express Bandung Kulon masih belum cukup baik dan perlu untuk dilakukan perbaikan dalam hal penyajian dan update kelengkapan informasi pengiriman.

#### **2. Kehandalan**

Kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, termasuk dalam ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama pada setiap pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Untuk dimensi kualitas kehandalan layanan J&T Express Bandung dapat dianalisis berdasarkan wawancara terhadap 22 responden yang merupakan customer dari J&T Express di wilayah Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara terkait kehandalan kualitas pelayanan J&T Express Bandung Kulon diperoleh hasil yang cenderung negatif dimana kualitas dari layanan J&T Express Bandung belum mampu memenuhi harapan dan keinginan customer. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dimana terdapat 13 responden

yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan perusahaan sangat tidak memuaskan, 3 responden yang berpendapat bahwa layanan J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan dan 6 responden lainnya berpendapat bahwa layanan J&T Express masih cukup memuaskan. Data hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa secara general layanan J&T Express Bandung Kulon belum dapat memuaskan keinginan dan harapan customer terutama dalam hal penanganan dan pengantaran pesanan customer. Penanganan yang lambat dan tidak terjadwal diduga menjadi salah satu kendala perusahaan dalam memberikan layanan jasa yang cepat dan berkualitas kepada customernya. Selain dalam hal penanganan, kesalahan yang sering terjadi adalah adanya kerusakan baik pada kemasan ataupun produknya sehingga hal ini juga yang menjadi penghambat bisnis perusahaan sebagai layanan yang bergerak dalam bisnis ekspedisi.

### **3. Daya Tanggap (Responsiveness)**

Responsiveness merupakan suatu tindakan yang memberikan pelayanan cepat dan tanggap dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Membahas daya tanggap (responsiveness) maka akan erat kaitannya dengan akurasi. Dalam hal bisnis ekspedisi barang, akurasi pengiriman dapat diartikan sebagai ketepatan atau kesesuaian waktu atau jadwal pengiriman dan waktu sampai barang tersebut ke tangan customer. Penanganan yang sesuai dan tepat dapat menambah tingkat kepuasan customer terhadap pelayanan jasa ekspedisi yang diberikan sehingga berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa akurasi pengiriman dapat menjadi salah satu faktor penentu kepuasan customer. Dalam penelitian ini, berdasarkan data hasil wawancara terhadap 22 responden yang merupakan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dapat diketahui bahwa dari 22 responden tersebut terdapat 3 orang yang berpendapat bahwa akurasi pengiriman J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 14 orang yang berpendapat bahwa akurasi pengiriman J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan, dan 5 orang berpendapat bahwa akurasi pengiriman J&T Express termasuk dalam kategori cukup memuaskan. Berdasarkan hal ini, dapat diartikan bahwa tingkat akurasi pengiriman barang J&T Express Bandung Kulon masih belum cukup dan perlu untuk dilakukan perbaikan baik secara internal dan juga eksternal baik itu dari segi penjadwalan ataupun dari segi operasional bisnisnya.

### **4. Jaminan**

Menurut [Tjiptono \(2017\)](#), jaminan berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan. Untuk mengetahui kualitas pelayanan J&T Express Bandung Kulon dalam dimensi jaminan maka perlu dilakukan analisis. Berdasarkan data hasil wawancara terhadap 22 responden yang merupakan pelanggan J&T Express Bandung Kulon dapat diketahui bahwa dari 22 responden tersebut terdapat 3 orang yang berpendapat bahwa keamanan produk dan akurasi pengiriman J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 14 orang yang berpendapat bahwa keamanan produk dan akurasi pengiriman J&T Express tidak memuaskan, dan 5 orang berpendapat bahwa keamanan produk dan akurasi pengiriman J&T Express Bandung Kulon termasuk dalam kategori cukup memuaskan. Berdasarkan hal ini, dapat diartikan bahwa tingkat keamanan produk dan akurasi pengiriman

J&T Express Bandung Kulon masih belum cukup dan perlu untuk dilakukan secara manajemen dan sistem operasionalnya.

### **5. Perhatian (Empathy)**

Empathy merupakan bentuk perhatian yang bersifat individual atau pribadi pada pelanggan dengan memahami keinginan konsumen. Adapun berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan 22 responden yang merupakan customer layanan J&T Express dapat diketahui bahwa dari 22 orang responden 5 diantaranya berpendapat bahwa layanan antar jemput J&T Express sangat tidak memuaskan, 1 diantaranya berpendapat bahwa layanan antar jemput J&T Express tidak memuaskan, dan 16 responden di antaranya berpendapat bahwa layanan antar jemput J&T Express Bandung Kulon termasuk dalam kategori cukup memuaskan. Berdasarkan data hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa J&T Express Bandung Kulon masih perlu melakukan perbaikan dalam hal pelayanan antar jemput barang. Hal ini juga didukung oleh pendapat responden dimana beberapa kekurangan dari J&T Express adalah keterlambatan dari kurir layanan dari waktu yang sudah di janjikan dimana hal ini dapat menyebabkan rasa tidak puas dari customer yang secara langsung dapat mempengaruhi citra dan kualitas layanan dan jasa J&T Express Bandung Kulon.

## **B. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen J&T Express Bandung Kulon**

Kepuasan konsumen adalah evaluasi atau penilaian seseorang berupa perasaan senang atau kecewa yang terjadi pada purna beli setelah membandingkan antara apa yang dirasakan (hasil) dengan harapan-harapannya terhadap produk atau jasa yang yang digunakan. Pada bagian ini dilakukan analisis tingkat kepuasan customer terhadap pelayanan J&T Express Bandung Kulon berdasarkan 5 faktor, yaitu kualitas produk jasanya, layanan, harga layanan, kemudahan akses, dan cara iklan antara lain sebagai berikut ini:

### **1. Kualitas Produk Jasanya**

Kualitas produk jasa merupakan salah satu dimensi atau variabel kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Pada penelitian ini dilakukan analisis terkait kepuasan pelanggan terhadap kepuasan 22 responden terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon. Berdasarkan data tingkat kepuasan customer terhadap layanan dan jasa ekspedisi J&T Express Bandung Kulon diketahui bahwa dari 22 responden terdapat 8 orang responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 8 di antaranya juga berpendapat bahwa tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan dan yang terakhir, yaitu terdapat 6 responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon cukup memuaskan. Berdasarkan data tersebut di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon masih sangat rendah sehingga perlu bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan strategi bisnis dan operasionalnya sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa untuk mendapatkan kepuasan dan kelalaian customer dimasa depan.

### **2. Layanan**

Dimensi layanan merupakan salah satu dimensi atau variabel pengukur tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon. Berdasarkan data dan informasi tersebut diketahui bahwa dari 22 responden terdapat 9 orang responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 8 di antaranya juga berpendapat bahwa tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan dan yang terakhir, yaitu terdapat 5 responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon cukup memuaskan. Berdasarkan data tersebut di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon masih sangat rendah sehingga berdasarkan hal ini maka perusahaan harus melakukan perbaikan dalam hal manajemen operasional dan pekerja (sumber daya manusia). Perbaikan ini dilakukan untuk mencegah adanya kerugian yang diciptakan di masa mendatang.

### **3. Harga Layanan**

Dimensi harga layanan merupakan salah satu dimensi atau variabel pengukur tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon. Adapun berdasarkan data informasi yang diperoleh melalui wawancara dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan terhadap harga atau biaya layanan J&T Express Bandung Kulon didapatkan bahwa dari 22 orang responden yang merupakan pelanggan J&T Express Bandung Kulon terdapat 5 orang responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap harga atau biaya layanan J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 14 di antaranya juga berpendapat bahwa tingkat kepuasan customer terhadap harga atau biaya layanan J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan dan yang terakhir, yaitu terdapat 3 responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap harga atau biaya layanan J&T Express Bandung Kulon cukup memuaskan. Berdasarkan data tersebut di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan customer terhadap harga atau biaya layanan J&T Express Bandung Kulon masih sangat rendah sehingga berdasarkan hal ini maka perusahaan harus melakukan tindakan perbaikan seperti menggunakan strategi baru dalam menetapkan biaya layanan misalnya dengan memberikan promo bagi pelanggan tetap.

### **4. Kemudahan Akses**

Dimensi kemudahan akses merupakan salah satu dimensi atau variabel pengukur tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon. Berdasarkan data informasi yang diperoleh melalui wawancara dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan terhadap aspek kemudahan akses J&T Express Bandung Kulon sudah cukup baik. Hal ini dapat diketahui dari data hasil wawancara terhadap 22 orang responden yang merupakan pelanggan J&T Express Bandung Kulon. Berdasarkan data dan informasi tersebut diketahui bahwa dari 22 responden terdapat 1 orang responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 2 di antaranya juga berpendapat bahwa tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan dan yang terakhir, yaitu terdapat 19 responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon cukup memuaskan. Dari data tersebut, dapat dilihat

bahwa secara general kepuasan pelanggan di tinjau dari dimensi kemudahan akses dapat dikatakan cukup baik.

## 5. Cara Iklan

Dimensi cara iklan merupakan salah satu dimensi atau variabel pengukur tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon. Cara iklan dapat didefinisikan sebagai bagaman teknik atau strategi suatu perusahaan dalam bidang marketing untuk menyebarkan product knowledge perusahaan. Berdasarkan data dan informasi tersebut diketahui bahwa dari 22 responden terdapat 12 orang responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap cara iklan J&T Express Bandung Kulon sangat tidak memuaskan, 4 di antaranya juga berpendapat bahwa tingkat kepuasan customer terhadap layanan J&T Express Bandung Kulon tidak memuaskan dan yang terakhir, yaitu terdapat 6 responden yang berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap cara iklan J&T Express Bandung Kulon belum tergolong baik. Berdasarkan data tersebut di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan customer terhadap cara iklan J&T Express Bandung Kulon masih sangat rendah sehingga berdasarkan hal ini maka perusahaan harus melakukan perbaikan dalam hal manajemen marketing. Perbaikan ini dilakukan untuk memperluas target pasar dan memperkuat eksistensi &T Express Bandung Kulon

## CONCLUSION

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Pelayanan yang baik adalah kunci utama untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan menghasilkan pengalaman yang positif. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan meliputi waktu pengiriman, keandalan pengiriman, kecepatan respons, ketersediaan informasi, dan keramahan dari karyawan atau agen pelayanan. Kualitas pelayanan yang buruk, seperti pengiriman yang terlambat atau kerusakan barang dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan dapat memengaruhi keputusan mereka untuk memilih layanan pengiriman lain di masa depan.

## BIBLIOGRAPHY

- Aleron, B., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa ekspedisi j&t express yang dimoderasi oleh garansi. *FORUM EKONOMI*, 24(2), 375–385. [Google Scholar](#)
- Amalia, A., RFS, H. T., & Rusli, Z. (2017). Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Fisik, Empati, Keandalan, Dan Kepuasan Pasien. *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 15(2), 356–363. [Google Scholar](#)
- Bate'e, D. N., Yuditianingsih, U., & Sufyana, C. M. (2022). Aplikasi E-Transaksi dan Pelaporan Kegiatan di Galeri Investasi Politeknik Piksi Ganesha. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 6(4), 590–599. [Google Scholar](#)

- Hafizha, S., & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). [Google Scholar](#)
- Hani Handoko, T. (2010). Manajemen Personalia & Manajemen Sumberdaya Manusia. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. [Google Scholar](#)
- Henti, R. K. (2020). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Jasa Kurir JNE Express Di Bandung. *EProceedings of Management*, 8(5). [Google Scholar](#)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management, 16th*. Edition. [Google Scholar](#)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). Philip dan Gary Armstrong. *England: Pearson Education Limited*. [Google Scholar](#)
- Saebah, N., & Asikin, M. Z. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534–1540. [Google Scholar](#)
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. [Google Scholar](#)
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. [Google Scholar](#)
- Tjiptono, C. (2014). *service quality & satisfaction*, edisi 3 Yogyakarta: UPP AMP. *Tjiptono, Fandy*. [Google Scholar](#)
- Tjiptono, F. (2017). dan Gregorius Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*, Yogyakarta: Penerbit Andi. [Google Scholar](#)
- Veranita, M., Syahidin, Y., & Darmawan, E. D. (2021). Pemanfaatan Promosi Melalui Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Kefir Pada UMKM Dapur Kefir Bandung. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 145–159. [Google Scholar](#)
- Wahiddudin, M. (2019). Pembiayaan Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). *Al-Urban*, 3(1), 55–67. [Google Scholar](#)

---

**Copyright holder:**

Rismayanti, Tiris Sudartono (2023)

**First publication right:**

**This article is licensed under:**

