

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. KHATULISTIWA MANDIRI LOGISTIK

<sup>1</sup>Syarief Hidayatullah, <sup>2</sup>Mudayat, <sup>3</sup>Juli Prastyorini, <sup>4</sup>Meyti Hanna Ester Kalangi

STIA Manajemen Kepelabuhan Barunawati, Jl. Perak Barat No.173 Surabaya

<sup>1</sup>[Syariefh750@gmail.com](mailto:Syariefh750@gmail.com), <sup>2</sup>[mudayat@stiamak.ac.id](mailto:mudayat@stiamak.ac.id), <sup>3</sup>[juli.prasetyorini@stiamak.ac.id](mailto:juli.prasetyorini@stiamak.ac.id),  
<sup>4</sup>[meytihanna@77@gmail.com](mailto:meytihanna@77@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 71 pelanggan. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga jasa berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menandakan bahwa peningkatan mutu layanan dan penyesuaian harga dapat mendorong kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi strategis dalam peningkatan layanan logistik perusahaan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga Jasa, Kepuasan Pelanggan, Regresi Berganda.

### Abstrak

*This study aims to analyze the influence of service quality and service price on customer satisfaction at PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik. The research method used is quantitative with a survey approach to 71 customers. Data analysis techniques include validity tests, reliability, multiple linear regression, and T-tests and F-tests. The results show that service quality and service price have a positive and significant effect both partially and simultaneously on customer satisfaction. This indicates that improving service quality and price adjustments can encourage customer satisfaction and loyalty. This study is expected to be a strategic reference in improving the company's logistics services.*

**Keywords:** Service Quality, Service Price, Customer Satisfaction, Multiple Regression.

## I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, sektor logistik menjadi salah satu pilar utama dalam menunjang aktivitas perekonomian nasional maupun global. Seiring meningkatnya volume perdagangan dan mobilitas barang, tuntutan terhadap efisiensi, kecepatan, dan keandalan jasa logistik juga meningkat. Perusahaan logistik tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan pengiriman yang aman dan tepat waktu, tetapi juga harus mampu memberikan nilai tambah melalui pelayanan yang unggul dan harga yang kompetitif. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan jasa, termasuk dalam industri logistik.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan (perceived performance) dengan harapan (expectation). Kepuasan

yang tinggi berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, pencitraan merek (brand image), dan keberlanjutan bisnis. Sebaliknya, ketidakpuasan akan menimbulkan keluhan, perpindahan ke kompetitor, dan penurunan keuntungan. Oleh sebab itu, perusahaan harus secara konsisten meningkatkan kualitas layanannya dan menetapkan strategi harga yang mampu memenuhi ekspektasi serta daya beli konsumen.

Kualitas pelayanan dalam industri logistik merupakan aspek penting yang mencakup berbagai elemen seperti kecepatan pengiriman, keamanan barang, kemudahan akses layanan, hingga perilaku dan sikap pegawai. Dalam praktiknya, dimensi kualitas pelayanan dapat diukur dengan pendekatan SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) yang mencakup lima dimensi utama, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Implementasi kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, faktor harga juga memainkan peran strategis dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Harga menjadi simbol dari nilai suatu jasa dan secara langsung memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, dan merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang diberikan akan memberikan kepuasan yang lebih besar dibandingkan harga yang tinggi namun tidak sebanding dengan kualitas layanan.

PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik merupakan perusahaan jasa logistik yang beroperasi di Indonesia dan melayani pengiriman ke berbagai wilayah, termasuk rute utama seperti Jakarta–Surabaya dan Surabaya–Palu. Perusahaan ini memiliki visi untuk menjadi penyedia jasa logistik yang handal, profesional, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Namun, berdasarkan data internal perusahaan dan observasi lapangan pada tahun 2024, ditemukan adanya ketidakpuasan pelanggan yang cukup signifikan. Beberapa keluhan berkaitan dengan keterlambatan pengiriman, pelayanan pelanggan yang tidak konsisten, serta perbedaan harga yang tidak terlalu kompetitif dibandingkan dengan penyedia jasa logistik lainnya.

Data operasional menunjukkan bahwa rata-rata tingkat keterlambatan pengiriman mencapai 29,02%, sementara target perusahaan adalah ketepatan waktu minimal 90%. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kinerja aktual dengan standar pelayanan yang diharapkan pelanggan. Di sisi lain, survei terhadap pelanggan menunjukkan bahwa meskipun secara umum fasilitas kantor seperti ruang tunggu, parkir, dan fasilitas umum telah memenuhi standar, aspek pelayanan personal dan konsistensi layanan masih perlu ditingkatkan. Selain itu, perbandingan harga antar perusahaan logistik menunjukkan bahwa selisih harga PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik dengan kompetitor cukup tipis, sehingga pelanggan akan cenderung menilai layanan secara lebih kritis.

Permasalahan tersebut menunjukkan pentingnya evaluasi terhadap dua faktor utama yaitu kualitas pelayanan dan harga jasa dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara empiris sejauh mana kedua variabel tersebut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode regresi linear berganda, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang objektif dan menjadi acuan dalam penyusunan strategi perusahaan di masa mendatang.

Penelitian ini juga menjadi relevan mengingat pentingnya pemahaman atas preferensi dan persepsi pelanggan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Dalam konteks manajemen pemasaran jasa, kualitas pelayanan dan harga merupakan dua aspek yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan. Tanpa kualitas pelayanan yang baik, harga murah pun tidak akan menjamin kepuasan pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang prima dengan harga tidak wajar juga dapat menurunkan persepsi nilai terhadap perusahaan. Oleh

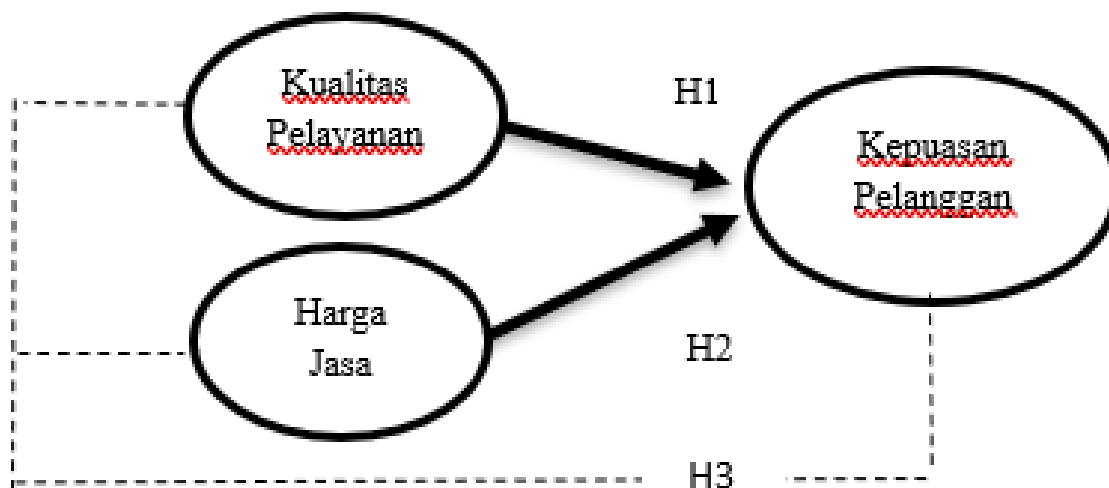
karena itu, keseimbangan antara kedua aspek ini harus dijaga agar perusahaan mampu bersaing secara sehat dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menguji:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga jasa secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa dan secara praktis bagi PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga yang berorientasi pada pelanggan.

### Kerangka Konseptual



**Gambar 1** Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah Penulis 2025

### Hipotesis

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik

H2 : Tarif Harga Jasa rberpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik

H3 : Kualitas Pelayanan dan harga jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik

## II METODE PENELITIAN.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan ini digunakan untuk menguji pengaruh antara dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga jasa, terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Penelitian kuantitatif dipilih karena mampu memberikan data yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian dilaksanakan di PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik, berlokasi di Jl. Pertokoan Sulung No. D11, Surabaya Utara. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama empat bulan, dimulai dari bulan Januari hingga April 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik pada rute pengiriman terbanyak, yaitu Jakarta–Surabaya dan Surabaya–Palu, dengan total populasi sebanyak 250 pelanggan. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% ( $\alpha = 0,1$ ), sehingga diperoleh sampel sebanyak 71 responden.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson (*Product Moment*), dan kriteria yang digunakan adalah apabila nilai *rhitung* lebih besar dari *rtabel* (0,228) serta nilai signifikansi (*sig*) lebih kecil dari 0,05, maka item dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji terhadap 24 indikator (10 untuk variabel X1, 8 untuk variabel X2, dan 6 untuk variabel Y), seluruh indikator menunjukkan *rhitung* yang lebih besar dari *rtabel*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai *rhitung* pada variabel X1 berkisar antara 0,659 hingga 0,835, pada variabel X2 antara 0,772 hingga 0,808, dan pada variabel Y antara 0,793 hingga 0,882. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses pengumpulan data bisa dilihat pada Tabel .....

Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| Indikator | <i>rhitung</i> | <i>rtabel</i> | <i>sig</i> | kesimpulan |
|-----------|----------------|---------------|------------|------------|
| X1.1      | 0,767          | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.2      | 0,742          | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.3      | 0,774          | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.4      | 0,779          | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.5      | 0,806          | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.6      | 0,66           | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.7      | 0,835          | 0,228         | 0,001      | Valid      |
| X1.8      | 0,779          | 0,228         | 0,001      | Valid      |

|       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| X1.9  | 0,743 | 0,228 | 0,001 | Valid |
| X1.10 | 0,659 | 0,228 | 0,001 | Valid |

**Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS 27, 2024**

**Tabel 4.2 Tabel Uji Validitas Harga Jasa**

| Indikator | Rhitung | rtabel | sig   | kesimpulan |
|-----------|---------|--------|-------|------------|
| X2.1      | 0,783   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.2      | 0,772   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.3      | 0,794   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.4      | 0,784   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.5      | 0,807   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.6      | 0,796   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.7      | 0,789   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| X2.8      | 0,808   | 0,228  | 0,001 | Valid      |

**Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS 27, 2024**

**Tabel 4.3 Tabel Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

| Indikator | rhitung | rtabel | sig   | kesimpulan |
|-----------|---------|--------|-------|------------|
| Y1.1      | 0,815   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| Y1.2      | 0,841   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| Y1.3      | 0,793   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| Y1.4      | 0,822   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| Y1.5      | 0,882   | 0,228  | 0,001 | Valid      |
| Y1.6      | 0,86    | 0,228  | 0,001 | Valid      |

**Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS 27, 2024**

Berdasarkan tabel di atas Uji Validitas merupakan Langkah yang penting dalam penelitian untuk memastikan instrument yang digunakan menghasilkan data yang valid dan konsisten. Dengan memahami perbedaan, Langkah-langkah dan metode pengujian, peneliti dapat

meningkatkan kredibilitas hasil penelitian mereka. Menggunakan pendekatan statistic yang tepat bisa menghasilkan data yang dapat di diandalkan dan relevan dengan tujuan penelitian

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Hasil uji menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki nilai 0,915, variabel X2 juga sebesar 0,915, dan variabel Y sebesar 0,913. Ketiga nilai tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik, artinya jika diujikan kembali dalam konteks yang serupa, maka hasil yang diperoleh akan relatif stabil. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini layak dan memenuhi syarat sebagai alat ukur yang valid dan reliabel, berikut merupakan hasil uji reliabilitas dan nilai Cronbach alpha dapat dilihat di bawah ini :

**Tabel 4.4 Tabel Uji Reliabilitas**

| Variabel | Cronbach Alpha | Kritreria | Kesimpulan |
|----------|----------------|-----------|------------|
| X1       | 0,915          | $>0,60$   | Reliabel   |
| X2       | 0,915          | $>0,60$   | Reliabel   |
| Y        | 0,913          | $>0,60$   | Reliabel   |

**Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS 27, 2024**

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi pada dasarnya adalah salah satu uji yang digunakan sebagai syarat statistik. Uji asumsi haruslah dipenuhi pada analisis regresi linier berganda serta tidak pada regresi linier sederhana. Analisis yang dimaksud ialah analisis regresi linier berganda dengan basis OLS seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Melakukan uji asumsi sebelum melakukan uji hipotesis dianggap sebagai salah satu syarat yang harus dilakukan pada penelitian kuantitatif. Jika, hasil dari uji asumsi tidak sesuai dengan hipotesis maka akan timbul bermacam-macam reaksi. Sunjoyo, DKK (2013) Oleh karena itu, melakukan uji asumsi terlebih dahulu adalah hal yang penting dalam

penelitian kuantitatif. Uji asumsi merupakan syarat statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier ganda dengan basis OLS atau *Ordinary least square*.

#### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu kumpulan data terdistribusi secara normal atau tidak. Distribusi normal, juga dikenal sebagai distribusi Gaussian, adalah distribusi probabilitas kontinu yang simetris dan berbentuk lonceng. Uji ini sangat penting dalam statistika karena banyak metode analisis statistik mengasumsikan bahwa data yang dianalisis terdistribusi normal, berikut hasil data dari software SPSS 27 :

**Tabel 4.5 Tabel Uji Normalitas**

| Pengujian              | Unstandardized residual | standard |
|------------------------|-------------------------|----------|
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,2                     | >0.05    |

Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS

Berdasarkan gambar 4.2 didapatkan bahwa nilai signifikan alpha sebesar 0,2 yang berarti lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi 0,2 lebih dari  $\alpha$  maka disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal, asumsi normalitas terpenuhi.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolineritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier berganda terdapat hubungan yang tinggi antar variable indenpenden. Multikolinearitas merupakan kondisi di mana dua atau lebih variabel bebas memiliki korelasi yang sangat tinggi, yang dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi parameter regresi. Untuk mendeteksi multikolinearitas digunakan *Tolerance (TOL)* da *Varieance Inflation Factor (VIF)*. Menurut Ghozali (2018), suatu model dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai TOL lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai tolerance yang rendah menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam suatu variabel indenpenden dapat dijelaskan oleh variabel indenpenden

lainnya, sehingga mengindikasikan adanya multikolinearitas. Sebaliknya, nilai VIF yang tinggi menunjukkan bahwa variabel tersebut mengalami korelasi yang kuat dengan variabel independen lainnya dalam model. Adapun nilai tolerance dan VIF dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6 Tabel Uji Multikolinieritas**

| Pengujian | Unstandardized residual | standard  |
|-----------|-------------------------|-----------|
| variabel  | VIF                     | Tolerance |
| X1        | 7,554                   | 0,132     |
| X2        | 7,554                   | 0,132     |

Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai **Tolerance sebesar 0,132** dan **VIF sebesar 7,554** untuk masing-masing variabel independen, yaitu X1 dan X2. Nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, variabel X1 dan X2 dapat digunakan secara bersamaan dalam analisis regresi tanpa menimbulkan distorsi atau bias yang disebabkan oleh hubungan linear yang berlebihan di antara keduanya.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada semua tingkat nilai variabel independen. Heteroskedastisitas merupakan salah satu pelanggaran asumsi klasik yang dapat mempengaruhi validitas hasil regresi. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik adalah model yang bebas dari gejala heteroskedastisitas, yaitu ketika varians residual bersifat homogen atau tetap untuk semua observasi. Berikut hasil Glejser dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.7 Tabel Uji Heteroskedastisitas**

| Variabel | Sig   | Kriteria                                 |
|----------|-------|------------------------------------------|
| X1       | 1.000 | Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas |



|    |       |                                          |
|----|-------|------------------------------------------|
| X2 | 1.000 | Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas |
|----|-------|------------------------------------------|

Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode uji Glejser, di mana kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi ( $Sig$ )  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai  $Sig \leq 0,05$  maka terdapat indikasi bahwa model mengandung heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan terhadap dua variabel independen, yaitu X1 dan X2.

Berdasarkan hasil uji Glejser, diperoleh nilai signifikansi sebesar 1.000 untuk kedua variabel X1 dan X2. Nilai tersebut jauh di atas batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa **tidak terjadi gejala heteroskedastisitas** pada model regresi ini. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 4.6 Uji Regresi Liner Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan maupun parsial. Menurut Sugiyono (2019), regresi linear berganda digunakan ketika peneliti ingin mengetahui arah dan besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis ini memberikan pemahaman mendalam terhadap hubungan antarvariabel, baik secara statistik maupun praktis.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |       |                         |     |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-----|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |     |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF |
| 1 (Constant)              | -1,444                      | 0,991      |                           | -1,457 | 0,150 |                         |     |

|        |       |       |       |       |       |       |       |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| VARX01 | 0,353 | 0,065 | 0,527 | 5,395 | 0,000 | 0,132 | 7,554 |
| VARX02 | 0,360 | 0,079 | 0,444 | 4,552 | 0,000 | 0,132 | 7,554 |

a. Dependent Variable: VARY

**Gambar 4.8 Tabel Uji Linier Berganda**

**Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS**

$Y = -1,444 + 0,353X_1 + 0,360X_2$  Adapun penjelasan dari model persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -1,444 menunjukkan bahwa jika variabel  $X_1$  dan  $X_2$  bernilai nol, maka variabel  $Y$  diperkirakan bernilai -1,444.
2. Koefisien regresi  $X_1$  (VARX01) sebesar 0,353 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel  $X_1$  akan meningkatkan variabel  $Y$  sebesar 0,353, dengan asumsi variabel  $X_2$  tetap.
3. Koefisien regresi  $X_2$  (VARX02) sebesar 0,360 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel  $X_2$  akan meningkatkan variabel  $Y$  sebesar 0,360, dengan asumsi variabel  $X_1$  tetap.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu VARX01 dan VARX02, memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), dengan nilai t masing-masing sebesar 5,395 dan 4,552. Hal ini mengindikasikan bahwa baik  $X_1$  maupun  $X_2$  berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ) secara parsial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi nyata terhadap variabel terikat dan model regresi dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

## 4.7 Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

### 4.7.1 Uji Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat dan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019), korelasi adalah

suatu hubungan linier antara dua variabel yang diukur dalam skala interval atau rasio. Besarnya koefisien korelasi ditunjukkan oleh nilai antara -1 hingga +1. Nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat, dan nilai mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lemah atau tidak ada hubungan. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh koefisien korelasi dan koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.9 Tabel Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Korelasi Variabel | Tsig | Hasil                                    |
|----------|-------------------|------|------------------------------------------|
| x1       | 0,940             | 0    | Berpengaruh Positif & Hubungan yang kuat |
|          |                   |      |                                          |
| x2       | 0,935             | 0    | Berpengaruh Positif & Hubungan yang kuat |

Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS

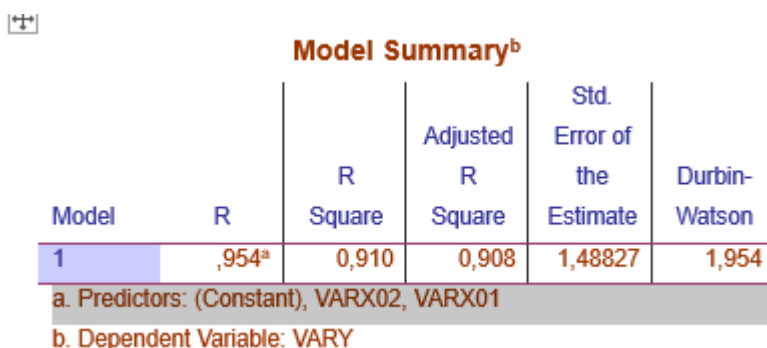
Dalam penelitian ini, uji korelasi dilakukan terhadap dua variabel independen, yaitu X1 dan X2, terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien korelasi **X1 terhadap Y sebesar 0,940** dan **X2 terhadap Y sebesar 0,935**, masing-masing dengan tingkat signifikansi (Sig) sebesar **0,000**. Menurut interpretasi koefisien korelasi Pearson, nilai di atas 0,80 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik X1 maupun X2 memiliki hubungan positif yang sangat kuat dengan variabel Y. Artinya, setiap peningkatan pada variabel X1 atau X2 akan diikuti dengan peningkatan pada variabel Y secara signifikan. Hasil ini memperkuat bukti bahwa kedua variabel independen berperan penting dalam mempengaruhi variabel dependen dalam model penelitian ini.`

#### 4.7.2 Uji Determinasi Koefisien

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghazali (2018), koefisien determinasi (R Square) menunjukkan proporsi variabilitas dari variabel dependen yang dapat

dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Semakin



**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | ,954 <sup>a</sup> | 0,910    | 0,908             | 1,48827                    | 1,954         |

a. Predictors: (Constant), VARX02, VARX01  
b. Dependent Variable: VARY

**Gambar 4.10 Tabel Uji Linier Berganda**

Berdasarkan hasil uji yang ditunjukkan pada **Model Summary**, nilai **R Square sebesar 0,910** dan **Adjusted R Square sebesar 0,908**. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar **91,0% variabel dependen (Y)** dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu **X1 (VARX01)** dan **X2 (VARX02)**. Sisanya sebesar **9,0%** dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, seperti faktor eksternal atau kesalahan pengukuran.

Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat. Nilai  $R^2$  yang tinggi mengindikasikan bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama memberikan kontribusi yang besar dalam menjelaskan perubahan variabel Y. Hal ini memperkuat validitas model dan menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun layak digunakan untuk keperluan analisis lebih lanjut.

#### 4.8 Uji Parsial (Uji T)

Uji t, atau yang biasa disebut sebagai **uji parsial**, digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Menurut Ghozali (2018), uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi parsial, yaitu apakah suatu variabel bebas secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika **nilai thitung > ttabel** dan **nilai**

**signifikansi (Sig) < 0,05**, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. . Berikut hasil Uji parsial (Uji T) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.10 Tabel Uji Heteroskedastisitas**

| <b>Variabel</b> | <b>ttabel</b> | <b>thitung</b> | <b>Sig</b> |
|-----------------|---------------|----------------|------------|
| X1              | 1.666         | 5.395          | 00,00      |
| x2              | 1.666         | 4.552          | 00,00      |

**Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, nilai ttabel sebesar 1,666 digunakan sebagai acuan pada taraf signifikansi 5%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa:

1. Variabel X1 memiliki nilai thitung sebesar 5,395 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti thitung > ttabel dan Sig < 0,05.
2. Variabel X2 memiliki nilai thitung sebesar 4,552 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang juga memenuhi syarat thitung > ttabel dan Sig < 0,05.

Dengan demikian, baik variabel X1 maupun X2 terbukti secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Artinya, masing-masing variabel independen secara individual memberikan kontribusi yang nyata terhadap perubahan nilai variabel terikat dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.9 Uji Simultan

Uji F atau **uji simultan** digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), uji F dilakukan untuk menguji kelayakan model regresi secara keseluruhan, yaitu apakah semua variabel bebas dalam model secara simultan mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah jika nilai **signifikansi (Sig.) < 0,05**, maka model regresi dianggap signifikan secara simultan. Berikut hasil uji simultan pada gambar di bawah :

**Gambar 4.10 Tabel Uji Linier Berganda**

| ANOVAa                                   |            |           |    |         |         |       |
|------------------------------------------|------------|-----------|----|---------|---------|-------|
| Model                                    |            | Sum of    | df | Mean    | F       | Sig.  |
|                                          |            | Squares   |    | Square  |         |       |
| 1                                        | Regression | 1.599.278 | 2  | 799.639 | 361.017 | ,000b |
|                                          | Residual   | 157.262   | 71 | 2.215   |         |       |
|                                          | Total      | 1.756.541 | 73 |         |         |       |
| a Dependent Variable: VARY               |            |           |    |         |         |       |
| b Predictors: (Constant), VARX02, VARX01 |            |           |    |         |         |       |

Sumber : Sumber : Data diolah oleh dengan SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel ANOVA, diperoleh nilai **Fhitung sebesar 361,017** dengan nilai **signifikansi sebesar 0,000**. Nilai tersebut jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terdiri dari variabel X1 (VARX01) dan X2 (VARX02) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y.

Dengan demikian, hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini **layak secara statistik** dan kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki kontribusi signifikan dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Hasil ini mendukung kesimpulan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat signifikan dan model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 4.10 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik. Penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan harga jasa, terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan.

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Jasa secara Parsial dan Simulta

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga jasa (X2) sama-sama bernilai positif, yang berarti setiap peningkatan pada salah satu variabel akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai signifikansi di bawah 0,05 pada uji t mendukung interpretasi ini, sehingga secara statistik pengaruh kedua variabel dapat diterima.

Selain itu, hasil uji simultan (uji F) juga memperkuat bahwa kualitas pelayanan dan harga jasa, ketika digabungkan dalam satu model, mampu menjelaskan perubahan pada variabel kepuasan pelanggan secara signifikan. Ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari batas 0,05, sehingga model regresi dapat dikatakan layak digunakan.

## 2. Kekuatan Model Regresi (Koefisien Determinasi/ $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,910 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang sangat tinggi. Sebanyak 91% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kombinasi kualitas pelayanan dan harga jasa, sedangkan sisanya sebesar 9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis lebih jauh dalam penelitian ini. Temuan ini selaras dengan teori pemasaran jasa yang menekankan bahwa kualitas layanan dan harga yang wajar adalah dua elemen penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## 3. Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan

Dari hasil statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang baik pada kualitas pelayanan. Hal ini tercermin pada skor rata-rata yang tinggi dengan simpangan baku yang relatif kecil. Indikator-indikator kualitas pelayanan, seperti kecepatan pengiriman, ketepatan waktu, keamanan barang, serta keramahan staf, dinilai baik hingga sangat baik oleh sebagian besar responden. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek yang masih memerlukan perbaikan, khususnya terkait ketepatan waktu pengiriman yang pada beberapa kasus masih belum mencapai target 90% pengiriman tepat waktu.

## 4. Hasil Statistik Deskriptif Harga Jasa

Aspek harga jasa juga mendapatkan penilaian yang positif dari mayoritas responden. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa biaya jasa yang dikeluarkan sepadan dengan layanan yang diterima. Dalam industri logistik, harga sering kali menjadi pertimbangan penting, terutama bagi pelanggan korporasi yang memiliki kebutuhan pengiriman rutin dalam jumlah besar. Oleh karena itu, menjaga harga tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan adalah strategi yang relevan bagi PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik di tengah persaingan bisnis yang ketat.

#### 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Hasil uji instrumen melalui validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat diandalkan. Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yang berarti instrumen memiliki konsistensi internal yang baik. Hal ini menambah tingkat kepercayaan terhadap data yang diperoleh sehingga hasil analisis dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

#### 6. Uji Asumsi Klasik

Selain itu, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, dan tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Semua syarat statistik terpenuhi sehingga model regresi dapat diinterpretasikan dengan lebih meyakinkan.

Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu, hasil ini mendukung beberapa penelitian yang juga menemukan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor jasa, termasuk jasa logistik. Kualitas pelayanan yang prima akan meningkatkan kepercayaan, menciptakan pengalaman positif, dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik. Perusahaan perlu menjaga bahkan meningkatkan standar pelayanan, misalnya dengan evaluasi berkala terhadap SOP pengiriman, optimalisasi armada, pelatihan staf operasional, serta pemanfaatan teknologi pelacakan yang lebih transparan bagi pelanggan. Sementara itu, aspek



harga jasa perlu diatur dengan cermat agar tetap kompetitif namun tetap memberikan margin keuntungan yang sehat.

Dengan demikian, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada kemablinya pelanggan jangka panjang. Hasil penelitian ini juga membuka peluang bagi penelitian berikutnya untuk mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, reputasi, promosi, dan kualitas komunikasi sebagai faktor penentu tambahan. Harapannya, kajian yang lebih luas dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku pelanggan di industri logistik yang dinamis ini.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Khatulistiwa Mandiri Logistik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan — seperti kecepatan pengiriman, keamanan barang, kepastian perjanjian, dan pelayanan jasa tambahan — maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
2. Harga jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga yang kompetitif, sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang diterima.
3. Kualitas pelayanan dan harga jasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut

saling mendukung dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian, untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menjaga keseimbangan antara peningkatan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang wajar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan. Perusahaan diharapkan dapat lebih memperhatikan aspek yang masih menjadi kendala, seperti keterlambatan pengiriman. Perlu dilakukan evaluasi rutin pada SOP pengiriman, perawatan armada, dan pengaturan jadwal pengiriman agar target pengiriman tepat waktu sebesar 90% dapat tercapai.
2. Menjaga harga tetap kompetitif. Perusahaan diharapkan dapat meninjau struktur biaya secara berkala untuk memastikan harga jasa tetap kompetitif dibandingkan dengan pesaing, tanpa mengorbankan kualitas pelayanan.
3. Meningkatkan fasilitas pendukung. Berdasarkan data yang ada, fasilitas seperti kebersihan toilet dan keamanan tempat parkir masih perlu ditingkatkan untuk mendukung kenyamanan pelanggan saat berkunjung ke kantor.
4. Menjalinkan komunikasi yang baik dengan pelanggan. Perusahaan dapat menyediakan jalur komunikasi yang efektif, seperti hotline pengaduan atau layanan pelanggan online, agar keluhan atau saran pelanggan dapat segera ditindaklanjuti.
5. Penelitian lanjutan. Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan dan harga jasa. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti faktor emosional, promosi, atau kepercayaan pelanggan untuk melihat pengaruh yang lebih luas terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 済無No Title No Title No Title. 2005*, 5–17.
- Febriyanti, L., & Santoso, B. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Wings Food. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 241–244.
- H Jasin, I. S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Air Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 1(14), 57–65.
- Ii, B. A. B. (2019). Teguh Prasetyo, “Strategi Penetapan Harga Penjualan Kue Kamir Dalam Persaingan Bisnis Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Kue Kamir Terigu Dan Tepung Beras Khas Pemalang Ibu Chamidah, Pemalang)” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Is.
- Marbun, E. W. F., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. SiCepat Ekspres Indonesia (Studi Kasus Pelanggan Ekspedisi SiCepat Ekspres di Kota Surabaya). *Business Preneur : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–11. <https://trends.google.com/trends/>
- Ramadhika Dwi Poetra. (2019). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian susu cimory di Miss Cimory Center Cibinong. *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Sari, D. D., & Utama, A. (2020). Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card Gsm Prabayar XI Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*,

5(1), 62–72.

<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/5010>

Sawitri, A. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64.

*Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.

Tania, R. (2021). 2939-Article Text-12757-1-10-20210615. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam*, 3(2).

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.