

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* DAN *SERVICE RECOVERY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DALAM MENGGUNAKAN  
JASA PENGIRIMAN BARANG MELALUI JNE  
(STUDI PADA PELANGGAN PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR  
JOMBANG)**

**Oleh :**

Mutmainatur Rohmah

**Dosen Pembimbing :**

Taufiq Ismail, SE., MM

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya**

Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Service Excellence* dan *Service Recovery* terhadap *Customer Satisfaction* pada pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir cabang Jombang, dilakukan secara Uji Parsial dan Uji Dominan. Jenis Penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir cabang Jombang yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang lebih dari 2 kali dan yang pernah melakukan complain karena merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir cabang Jombang. Sampel yang diambil yaitu sebanyak 250 pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir cabang Jombang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk menentukan besarnya hubungan dan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan Model Analisis Regresi Linier Berganda, sedangkan untuk menguji hipotesisnya menggunakan uji t dan uji dominan.

Berdasarkan analisis data secara statistik, semua indikator pada penelitian ini dinyatakan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi dinyatakan telah bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan terdistribusi secara normal.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *service excellence* dan variabel *service recovery* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel *customer satisfaction*. Begitupula variabel yang berpengaruh dominan terhadap *customer satisfaction* di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang adalah variabel *service recovery*.

**Kata kunci : *Service Excellence*, *Service Recovery*, dan *Customer Satisfaction*.**

**THE EFFECT SERVICE EXCELLENCE AND SERVICE RECOVERY ON  
SATISFACTION IN USING JNE DELIVERY SERVICE (A STUDY ON  
CUSTOMERS OF PT TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR IN  
JOMBANG)**

**By :**  
Mutmainatur Rohmah

**Advisor:**  
Taufiq Ismail, SE., MM  
**Faculty of Economics and Business, Brawijaya University**  
Jl. Haryono 165 Malang 65145

**ABSTRACT**

This study aims to determine and analyze the partial effect of service excellence and service recovery on customer satisfaction and to determine the variable that has dominant effect on the satisfaction of customers of PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir branch of Jombang. This explanatory research explains causal relation between variables through hypothesis testing.

The population of this research is customers of PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir branch of Jombang who have used the service provided by the company more than 2 times and who have made complaints because they were not satisfied with the services. The sample of this study is 250 customers selected through purposive sampling technique. This study uses multiple linear regression analysis model to determine the magnitude of the relation and the influence of independent variables on dependent variable. Furthermore, the study employs t-test and dominant test to assess the hypothesis.

Based on statistical data analysis, all indicators of this study are declared valid, and all variables are declared reliable. The results of the classical assumption test indicate that the regression model is multicollinearity free, heteroscedasticity free, and normally distributed..

The result of the analysis shows that service excellence and service recovery partially and significantly influence customer satisfaction. In addition, the dominant variable affecting customer satisfaction in PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) branch of Jombang is service recovery.

**Keywords: service excellence, service recovery, customer satisfaction.**

## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin berkembangnya industri bisnis saat ini mengakibatkan beberapa perusahaan berorientasi pada permintaan pelanggan. Seperti halnya pada industri logistik, khususnya pada perusahaan jasa kurir yang sudah memiliki sejumlah pelanggan dari masyarakat umum dan pelanggan *corporate* dimana industri bisnis tersebut mampu memudahkan konsumen bertransaksi, meminimalkan waktu, serta dapat memperoleh peluang bisnis baru dari kebutuhan-kebutuhan pelanggan yang belum tercapai.

Meskipun demikian, dengan persaingan global yang semakin ketat kinerja logistik nasional masih kurang memuaskan. Salah satu indikator yang menunjukkan kinerja logistik suatu Negara adalah *Logistics Performance Index* (LPI) yang dikeluarkan oleh *World Bank*.

Menurunnya skor LPI Indonesia disebabkan oleh biaya logistik di Indonesia yang masih relatif tinggi.

Mahalnya biaya logistik dalam negeri di Indonesia disebabkan oleh tingginya biaya transportasi darat dan laut, dan juga disebabkan oleh faktor-faktor lain yang terkait dengan regulasi, SDM, proses dan manajemen logistik yang belum efisien, dan kurangnya profesionalisme pelaku dan penyedia jasa logistik nasional sehingga menyebabkan belum efisiennya

perusahaan jasa pengiriman barang dalam Negeri (Dephub.go.id, 2017).

Persaingan dalam Industri logistik khususnya pada jasa kurir semakin ketat dan semakin terbuka lebar untuk pemain baru yang bersaing di Indonesia. Peran jasa kurir semakin penting untuk menunjang berbagai sektor kehidupan maka perusahaan lokal akan menghadapi persaingan yang lebih berat karena bisnis ini selain menarik investor lokal juga dapat menarik investor asing yang memilikikeunggulan dalam bidang teknologi. Di Indonesia sendiri ada beberapa perusahaan besar yang meramaikan industri logistik yaitu JNE, TIKI, Pos Indonesia, DHL dll.

Berikut merupakan *Top Brand Index* dari beberapa perusahaan jasa kurir di Indonesia :

### Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia tahun 2016

MEREK	TBI	TOP
JNE	47.6%	TOP
Tiki	35.7%	TOP
Pos Indonesia	9.6%	
DHL	1.3%	

Sumber : [http://topbrand-award.com/\(2016\)](http://topbrand-award.com/(2016)).

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 JNE dan TIKI masih mempertahankan posisinya menjadi TOP BRAND.

Perusahaan-perusahaan yang sudah ternama tersebut saat ini terus berlomba-lomba mengungguli

pangsa pasar yang sebagian besar dikuasai oleh perusahaan asing. Berikut ini merupakan persentase pangsa pasar jasa kurir ekspres di Indonesia pada tahun 2016 :

**Pangsa Pasar Jasa Kurir Ekspres di Indonesia 2016**

Perusahaan	Pangsa Pasar
JNE	49%
TIKI	36%
Pos Indonesia	28%
DHL	17%
Lainnya	21%

Sumber : [www.bisnis.com](http://www.bisnis.com)(2016).

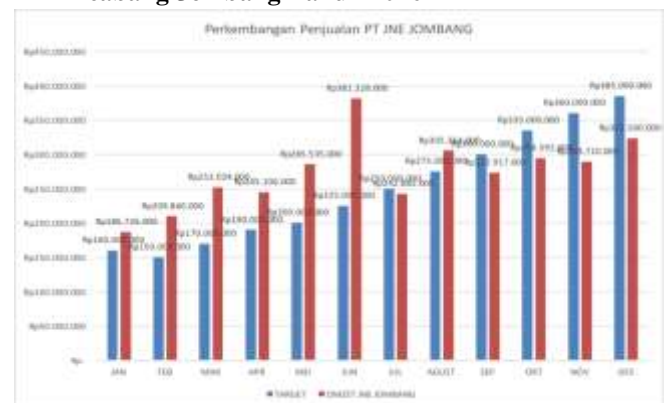
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan persaingan antar produsen jasa kurir pada tahun 2016.

Dalam kesempatan ini penulis melakukan penelitian pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) kantor cabang Jombang. Alasan dipilihnya PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) pada kantor cabang Jombang dalam penelitian ini adalah dikarenakan JNE merupakan salah satu perusahaan terbesar dan merupakan sebagai pelopor dalam bisnis jasa kurir dan logistik di Indonesia. Akan tetapi meskipun JNE merupakan perusahaan besar dan yang paling unggul dibandingkan perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang yang lainnya pada wilayah Jombang, JNE cabang Jombang masih memiliki permasalahan dalam hal pelayanan, sedangkan perusahaan JNE sendiri sudah memberikan berbagai pelayanan yang prima guna memperoleh kepuasan pelanggan. Apabila suatu permasalahan didalam perusahaan tidak di atasi maka pelanggan akan dapat berpindah ke perusahaan

lainnya. Oleh karena itu, menjadi menarik untuk lebih diteliti dan dikaji lebih dalam mengenai apa yang menjadi alasan pelanggan mengalami permasalahan dalam hal pelayanan dan upaya apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan guna memulihkan permasalahan dalam pelayanan.

Akibat dari banyaknya pesaing baru, baik lokal maupun asing, yang memiliki keunggulan dalam bidang pelayanan dan teknologi, kinerja usaha PT. JNE Jombang pada tahun 2017 mengalami naik turun dalam memperoleh omzet setiap bulannya.

**Perkembangan Penjualan PT JNE cabang Jombang Tahun 2016**



Sumber : PT. JNE Cabang Jombang(2016).

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa penjualan PT. JNE cabang Jombang mengalami naik turun pada tahun 2016.

JNE cabang Jombang masih memiliki kendala-kendala dalam pengembangan bisnisnya. Untuk menghadapi persaingan ke depan yang semakin ketat, maka pengelolaan bisnis PT. JNE cabang Jombang perlu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang unggul sehingga dapat dengan

melakukan *service excellence* dan melakukan *service recovery* yang saat ini sangat berpengaruh untuk lebih dapat memuaskan pelanggan.

PT. JNE Jombang sendiri juga memberikan berbagai macam pelayanan prima (*service excellence*) kepada pelanggannya yang berupa layanan jasa *pick-up service* yaitu konsumen tidak perlu pergi ke kantor JNE terdekat maka barang yang akan dikirim diambil oleh karyawan JNE dan akan di *pick-up* dengan biaya gratis, PT. JNE Jombang juga menawarkan asuransi barang yang akan dikirimkan kepada pelanggan agar apabila barang tidak sampai ditujuan akan digantikan dengan uang senilai barang yang dikirimkan, dan memberikan *price discount* yang berlaku hanya untuk pemilik toko online. Hal tersebut ditawarkan oleh perusahaan PT. JNE Jombang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Sekalipun didalam perusahaan telah berusaha melakukan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, seringkali kegagalan jasa tetap saja bisa terjadi. Tips sukses bagi setiap perusahaan adalah selalu bersikap proaktif dalam menekan setiap kemungkinan terjadinya kegagalan jasa dan dapat membekali karyawan dengan serangkaian alat pemulihan (*recovery*) yang efektif guna memperbaiki kegagalan yang terjadi dalam memuaskan pelanggannya.

*Service recovery* yang dilakukan oleh perusahaan sangat

berpengaruh terhadap kepuasan para pelanggan yang telah merasa tidak puas dikarenakan kegagalan pelayanan yang telah terjadi. Kegagalan pelayanan dalam PT. JNE cabang Jombang sendiri dapat terjadi karena berbagai macam hal seperti keterlambatan mengirim barang, nomor resi dan paket berbeda, salah alamat pengiriman barang, barang belum diterima tetapi di status sudah menerima, dan barang sudah dibawa kurir tetapi belum diantar ke penerima.

Dimana juga dengan alasan dipilihnya variabel *service excellence* dan *service recovery* karena dalam berbagai penelitian sebelumnya banyak dijadikan sebuah topik pembahasan dalam kaitannya dengan kinerja pelayanan dengan menunjukkan hasil yang belum konsisten.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka skripsi ini dapat diberi judul : “Pengaruh *service Excellence* dan *service recovery* terhadap *customer satisfaction* dalam menggunakan jasa pengiriman barang melalui JNE (Studi pada pelanggan PT. TikiJalur Nugraha Ekakurir Jombang)”.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *service excellence* dan *service recovery* terhadap *customer satisfaction* pada PT. JNE Jombang. (2) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh yang signifikan secara dominan dari

variabel *service recovery* terhadap *customer satisfaction* pada PT. JNE Jombang.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Penelitian Terdahulu

Julian Valentino (2013) penelitian ini bertujuan untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya di prima swalayan cabang nganjuk. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 140 orang yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini secara simultan dari keenam variabel pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara parsial terdapat pada variabel perhatian, kemampuan dan penampilan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ekky Ayu (2016) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan di PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cabang Kediri. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 137 orang yang dipilih menggunakan *random sampling*. Hasil dari penelitian ini *service recovery* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Sigit Triwabowo (2016) penelitian ini bertujuan untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan dengan cara

melakukan pemulihan pelayanan (*service recovery*) guna memperbaiki masalah-masalah dalam penggunaan layanan internet telkomsel flash kuota di Malang. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 150 orang yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini semua indikator dari *service recovery* berpengaruh signifikan terhadap *consumer loyalty*.

### Pengertian Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:5) tentang *service* (jasa) sebagai berikut :jasa merupakan keseluruhan aktivitas ekonomi yang produksinya bukan produk fisik atau konstruksi, yang secara umum dikonsumsi dan diproduksi pada waktu yang bersamaan, dan dapat memberikan nilai tambah dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kebersihan).

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2012:214) mengemukakan bahwa jasa sebagai salah satu bentuk produk yang dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan pada suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya memiliki sifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu.

### Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2012:223) mengemukakan ada empat karakteristik pada jasa, antara lain:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)  
Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, ataupun diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)  
Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat dipisahkan mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Variability* (Bervariasi)  
Jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa kesehatan.
4. *Perishability* (Dapat Musnah)  
Jasa tidak dapat disimpan, jadi dapat musnah, musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.

### **Pelayanan Jasa Pengiriman Barang**

Menurut Moenir (2014, 26) mengemukakan bahwa pelayanan jasa pengiriman barang merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materiil yang melalui sistem, prosedur dan metode tertentu untuk memenuhi kepentingan orang lain yang sesuai dengan haknya.

Menurut Tjiptono (2011, 23) bahwa jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang sudah ditawarkan untuk dijual. Selain itu pelayanan jasa pengiriman barang merupakan segala upaya yang telah dilakukan secara sendiri atau bersama-sama dalam suatu

organisasi untuk memberikan pelayanan yang lebih efektif dan efisien.

### **Pelayanan Prima (*Service Excellence*)**

Menurut Barata (2004:25) mengenai Pelayanan Prima (*Service Excellence*) mengemukakan bahwa program pelayanan kepada pelanggan untuk kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sekarang ini program pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melakukan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan.

Menurut Sutopo dan Suryanto (2003:10) Pelayanan Prima (*service excellence*) merupakan pelayanan yang sangat baik. Dapat disebut sangat baik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh perusahaan yang memberikan pelayanan sehingga mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan).

### **Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*)**

Untuk dapat mewujudkan *service excellence* ada beberapa konsep yang dapat diterapkan dalam suatu perusahaan.

1. *Ability* (kemampuan)  
*Ability* (kemampuan) merupakan pengetahuan dan keterampilan yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan

komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan keluar perusahaan.

2. *Attitude* (sikap)  
*Attitude* (sikap) merupakan perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan. Segala perilaku yang ditunjukkan dalam melakukan pelayanan kepada nasabah.
3. *Appearance* (penampilan)  
*Appearance* (penampilan) merupakan penampilan seseorang, baik fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
4. *Attention* (perhatian)  
*Attention* (perhatian) merupakan kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritik yang diberikan oleh pelanggan.
5. *Action* (tindakan)  
*Action* (tindakan) merupakan berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
6. *Accountability* (tanggung jawab)  
*Accountability* (tanggung jawab) merupakan suatu sikap dalam memenuhi kewajiban kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian dalam usaha untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

### **Pemulihan Layanan (*Service Recovery*)**

Menurut Zeithaml *et al* (2013:180) *service recovery* merupakan tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan jasa atau *service failure*.

Menurut Zemke dan Bell (1994:43) menyatakan bahwa *service recovery* merupakan suatu pemikiran, rencana, atau proses untuk menebus kekecewaan terhadap pelanggan agar menjadi puas yang dilakukan oleh organisasi setelah pelayanan yang diberikan mengalami masalah atau kegagalan (Linda Dwi Hartiningrum, 2010).

### **Bentuk-bentuk Penerapan Pemulihan Layanan (*Service Recovery*)**

Menurut Kau & Loh (2006) secara umum *service recovery* dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok, antara lain :

1. *Distributive Justice*  
*Distributive justice* merupakan atribut yang memfokuskan pada hasil dan penyelesaian *service recovery*,
2. *Procedural Justice*  
*Procedural justice* merupakan atribut yang fokus pada keadilan yang seharusnya diterima oleh pelanggan ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.
3. *Interactional Justice*  
*Interactional justice* merupakan atribut yang fokus pada kelakuan atau respon yang ditujukan oleh perusahaan ketika berhadapan



dengan pelanggan yang mengajukan komplain.

### **Kepuasan Pelanggan(*Customer Satisfaction*)**

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan suatu sikap yang telah diputuskan berdasarkan pengalaman yang sudah didapatkan.

Menurut Kotler & Armstrong (2012:36) mengemukakan bahwa nilai pelanggan merupakan perbandingan antara keuntungan dan biaya yang sudah dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan untuk pelanggan.

### ***Service Excellence dan Service Recovery terhadap Customer Satisfaction***

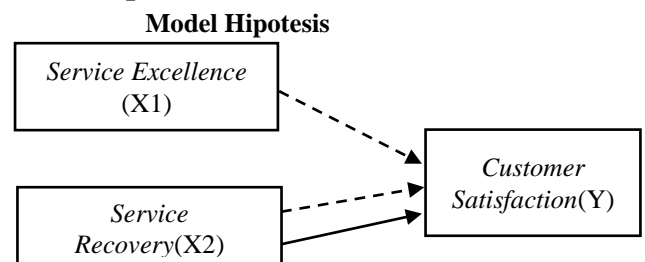
Optimalisasi dalam pelayanan dapat bergantung pada beberapa faktor, salah satunya yaitu *Service Excellence* atau pelayanan prima (Julian, 2013). *Service Excellence* adalah kepedulian kepada konsumen dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan dari konsumen tersebut agar konsumen selalu loyal kepada perusahaan.

Suatu kepuasan dapat juga melalui bagaimana suatu perusahaan dalam menangani setiap keluhan yang dihadapi oleh konsumen yang disebut dengan *Service Recovery*. Menurut Barnes (2003) *Service Recovery* merupakan tindakan spesifik yang dilakukan untuk memastikan bahwa konsumen

mendapatkan tingkat pelayanan yang pantas setelah terjadi masalah-masalah dalam pelayanan secara normal. Penyelesaian keluhan pelanggan sangat penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan, semakin cepat dalam penanganan keluhan pelanggan, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan.

Pentingnya *Service Excellence* dan *Service Recovery* terhadap kepuasan pelanggan juga dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Julian Valentino (2013) yang meneliti tentang pengaruh pelayanan prima (*Service Excellence*) terhadap kepuasan pelanggan ditemukan bahwa *Service Excellence* memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Aris Setianto (2011) bahwa *Service Excellence* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

### **Model Hipotesis**



### **Keterangan :**

-----> = Berpengaruh secara Parsial

————> = Berpengaruh secara Dominan

### III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Jenis penelitian ini sesuai digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *service excellence* dan *service recovery* terhadap *customer satisfaction* dan untuk menguji hipotesisnya.

Penelitian ini dilakukan di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir cabang Jombang yang bertempat di Jalan Wahidin Sudiro Husodo No.58. Alasan dipilihnya JNE cabang Jombang dengan pertimbangan bahwa JNE cabang Jombang yang memiliki rata-rata jumlah pelanggan 4.000 perbulan, dan rata-rata jumlah omzet sekitar Rp 272.000.000 perbulan. Alasan berikutnya dikarenakan JNE cabang Jombang merupakan salah satu kantor cabang dengan layanan yang baik sehingga akan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa pengiriman barang.

Penelitian ini menggunakan skala likert dengan Sampel adalah pelanggan JNE cabang Jombang. Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel mengacu pada pedoman yang telah dikemukakan oleh Roscoe. jumlah sampel dalam penelitian ini dengan mengalikan jumlah keseluruhan item 10. Yaitu  $25 \times 10 = 250$ . Dari jumlah berdasarkan rumus diatas di dapatlah sampel sebanyak 250 responden.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

#### Alat Analisis

##### Uji Validitas

Menurut Ghazali (2013:52) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Product Moment*

##### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013:57). Untuk menguji tingkat reliabilitas konstruk dalam penelitian ini digunakan teknik uji *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2013:58).

##### Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013:160-165) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

variabel bebas dan variabel terikat apakah keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi atau mendekati normal. Ada dua cara untuk menguji data apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dapat diketahui dengan menggunakan analisis grafik normal plot dan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2013:105-106) mengemukakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel independen pada sebuah model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dalam gejala multikolinieritas, maka dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF).

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2013:139-143), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam satu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastitas, sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2013:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Persamaan regresi berganda yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

$Y = Customer Satisfaction$

$b = Koefisien Regresi$

$X_1 = Service Excellence$

$X_2 = Service Recovery$

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen yang terbatas (Ghozali, 2013:97).

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2013:88), uji parsial (Uji t) digunakan untuk menguji signifikansi konstanta variabel bebas (independen) secara individual (parsial) terhadap variabel terikat (dependen).

### Uji Dominan

Uji dominan dapat digunakan untuk mengetahui variabel mana

yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel terikat. Untuk menentukan variabel bebas yang paling dominan dalam mempengaruhi nilai variabel terikat dalam suatu model regresi linier, maka dapat menggunakan koefisien Beta (*Beta Coefficient*). Koefisien tersebut disebut dengan *Standardized Coefficient*.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh perempuan yaitu 152 orang atau 60,8%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam kategori laki-laki yaitu 98 orang atau 39,2%.

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan usia. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh usia 21-30 yaitu 137 orang atau 54,8%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam usia 31-38 yaitu 42 orang atau 16,8%.

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh pekerjaan pegawai swasta yaitu 133 orang atau 53,2%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam

kategori pekerjaan pegawai negeri yaitu 22 orang atau 8,8%.

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan pendapatan. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh pendapatan >Rp 2.000.000 yaitu 114 orang atau 45,6%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam kategori pendapatan Rp1.500.000 – Rp2.000.000 yaitu 43 orang atau 17,2%.

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan penggunaan jasa JNE. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh penggunaan jasa sebanyak >4 kali yaitu 147 orang atau 58,8%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam kategori penggunaan jasa sebanyak 2 kali yaitu 36 orang atau 14,4%.

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan jumlah masalah. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih banyak didominasi oleh jumlah masalah 1 kali yaitu 188 orang atau 75,2%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam kategori jumlah masalah sebanyak 2 kali yaitu 62 orang atau 24,8%.

Proporsi persentase menurut pengelompokan responden berdasarkan respon JNE. Tingkat persentase pengelompokan responden yang terbesar adalah lebih

banyak didominasi oleh melakukan respon yaitu 243 orang atau 97,2%, dan paling sedikit adalah responden yang termasuk dalam tidak melakukan respon yaitu 7 orang atau 2,8%.

### Hasil Uji Instrumen Penelitian Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Item-Item Dalam Variabel Penelitian

Variabel	Item	$r_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
<i>Service Excellence</i> (X1)	X1.1	0.773	0.000	Valid
	X1.2	0.670	0.000	Valid
	X1.3	0.717	0.000	Valid
	X1.4	0.585	0.000	Valid
	X1.5	0.720	0.000	Valid
	X1.6	0.611	0.000	Valid
	X1.7	0.728	0.000	Valid
	X1.8	0.666	0.000	Valid
	X1.9	0.722	0.000	Valid
	X1.10	0.577	0.000	Valid
	X1.11	0.676	0.000	Valid
	X1.12	0.623	0.000	Valid
<i>Service Recovery</i> (X2)	X2.1	0.705	0.000	Valid
	X2.2	0.703	0.000	Valid
	X2.3	0.746	0.000	Valid
	X2.4	0.680	0.000	Valid
	X2.5	0.779	0.000	Valid
	X2.6	0.740	0.000	Valid
<i>Customer satisfaction</i> (Y)	Y1.1	0.833	0.000	Valid
	Y1.2	0.758	0.000	Valid
	Y1.3	0.766	0.000	Valid
	Y1.4	0.734	0.000	Valid
	Y1.5	0.821	0.000	Valid
	Y1.6	0.757	0.000	Valid
	Y1.7	0.686	0.000	Valid

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Item-Item Dalam Variabel Penelitian

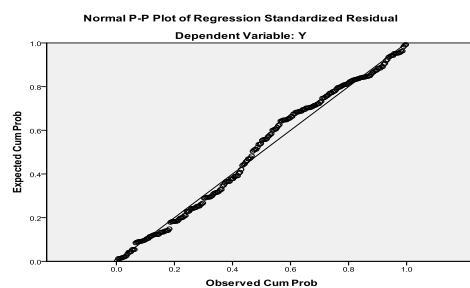
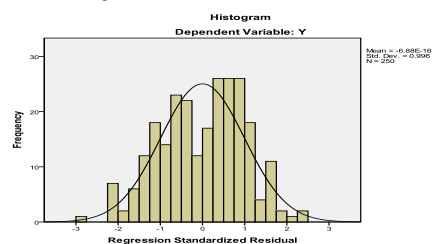
Variabel	Butir	Koefisien Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Service Excellence</i> (X1)	12	0.829	Reliabel
<i>Service Recovery</i> (X2)	6	0.656	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	7	0.803	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel yang digunakan memiliki nilai koefisiensi masing-masing lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dikatakan variabel dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat diandalkan dan bisa dilanjutkan ke penelitian selanjutnya.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah, 2017

### Uji one sample Kolmogorov-Smirnov

Residual	Signifikansi
Model 1	0.088

Sumber : Data diolah, 2017

Dari histogram dan grafik P-P Plot pada Gambar diatas menunjukkan bahwa diagram batang mengikuti kurva normal yang terbentuk dan dari grafik P-P plot didapatkan bahwa data observasi berada di sekitar garis diagonal, dan dari tabel diatas juga didapatkan nilai signifikansi dari pengujian one sample *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0.088 lebih besar dari  $\alpha$  (0,05). Berdasarkan ketiga pengujian tersebut, diambil keputusan terima  $H_0$  yang artinya sebaran residual berdistribusi normal (asumsi tepenuhi).

### Hasil Uji Multikolinearitas

#### Hasil Uji Multikolinieritas

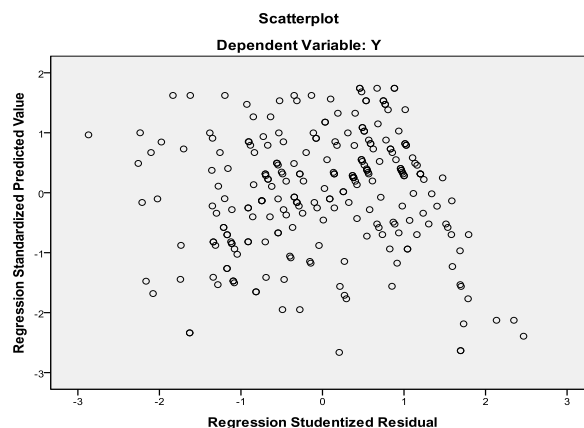
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Service Excellence</i> (X1)	0.649	1.540	Tidak terdapat multikolinieritas
<i>Service Recovery</i> (X2)	0.649	1.540	Tidak terdapat multikolinieritas

Sumber : Data Diolah,2017

Berdasarkan Tabel di atas didapatkan bahwa semua nilai VIF dari masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 dengan nilai tolerance lebih besar dari 0.1. Asumsi terpenuhi yang artinya antar variabel bebas tidak terdapat korelasi yang kuat (tidak terdapat multikolinieritas).

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot



Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan hasil grafik *scatterplot* pada gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak (tak berpola) baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, yang artinya bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi (ragam residual homogen).

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

#### Hasil Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *Service Excellence* (X1) dan *Service Recovery* (X2) merupakan variabel-variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel *Customer*

Variabel	B	t <sub>hitung</sub>	Signifikan	Keterangan
Konstanta	16.706			
<i>Service Excellence</i> (X1)	0.106	2.227	0.024	Signifikan
<i>Service Recovery</i> (X2)	0.263	3.033	0.003	Signifikan
$\alpha$		= 0.050		
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )		= 0.123		
F-hitung		= 17.373		
F-tabel (F <sub>2,247,0.05</sub> )		= 3.032		
Signifikansi F		= 0.000		
t-tabel (t <sub>247,0.05</sub> )		= 1.970		

*satisfaction* (Y). Untuk dapat mengetahui pengaruh *Service Excellencedan Service Recovery* terhadap *Customer satisfaction* di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang maka dilakukan dengan analisis regresi linear berganda antara variabel-variabel pada *Service Excellencedan Service Recovery* terhadap *Customer satisfaction* dengan model sebagai berikut:

$$Y = 0.168 X_1 + 0.224 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel *Customer satisfaction* (Y)  
Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan yang nilainya akan diprediksi oleh variabel *Service Excellence* (X1) dan *Service Recovery* (X2).
2. Koefisien Variabel *Service Excellence* (X1)  
Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan apabila variabel *Service Excellence* (X1) semakin besar dan semakin baik, maka *Customer satisfaction*(Y) akan meningkat. Koefisien variabel *Service Excellence* (X1) bernilai positif artinya setiap peningkatan *Service Excellence* (X1) akan meningkatkan *Customer satisfaction*(Y) sebesar 0,168 dengan syarat variabel lain konstan.
3. Koefisien Variabel *Service Recovery* (X2)  
Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan apabila variabel *Service Recovery*

(X2) semakin besar dan semakin baik, maka *Customer satisfaction*(Y) akan meingkat. Koefisien variabel *Service Recovery* (X2) bernilai positif artinya setiap peningkatan *Service Recovery* (X2) akan meningkatkan *Customer satisfaction*(Y) sebesar 0,224 dengan syarat variabel lain konstan.

### UJI Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

#### Hasil Uji Koefisien

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.351 <sup>a</sup>	.123	.116	4.74428

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer Diolah,2017

Model regresi tersebut memiliki koefisien determinasi (Adj.  $R^2$ ) sebesar 0,116 atau 11,6%. Hasil tersebut menjelaskan sumbangan atau kontribusi dari variabel-variabel bebas *Service Excellence* (X1) dan *Service Recovery* (X2) yang disertakan dalam persamaan regresi terhadap variabel *Customer satisfaction* (Y) adalah sebesar 11,6%, sedangkan 88,4% lainnya disumbangkan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan ini

## Hasil Pengujian Hipotesis

### Uji t (Parsial)

#### Hasil Uji t (Parsial)

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.706	1.921		8.697	.000
X1	.106	.047	.168	2.277	.024
X2	.263	.087	.224	3.033	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2017

#### 1. Variabel X1 (*Service Excellence*)

Variabel X1 memiliki koefisien regresi sebesar 0,168. Dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 23 for mac, didapatkan statistik uji t sebesar 2,277 dengan signifikansi sebesar 0,024. Nilai statistik uji t hitung tersebut lebih besar daripada t tabel ( $2,277 > 1,970$ ) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$  ( $0,00 > 0,024$ ). Pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

#### 2. Variabel X2 (*Service Recovery*)

Variabel X2 memiliki koefisien regresi sebesar 0,224. Dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 23 for mac, didapatkan statistik uji t sebesar 3,033 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai statistik uji t hitung tersebut lebih besar daripada t tabel ( $3,033 > 1,970$ ) dan nilai *signifikan* t lebih kecil daripada  $\alpha = 0,05$  ( $0,00 < 0,003$ ).

Pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

### Uji Dominan

#### Ringkasan Hasil Analisis Regresi

No	Variabel	Koefisien Beta
1	X1	0,168
2	X2	0,224

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel yang sudah disajikan diatas tersebut, variabel *Service Recovery* (X2) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar yaitu 0,224. Artinya, variabel Y lebih banyak dipengaruhi oleh variabel *Service Recovery* (X2) daripada variabel *Service Excellence* (X1). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh dominan variabel *Service Recovery* (X2) terhadap *Customer satisfaction* (Y) di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Pembahasan Secara Parsial

Pengujian model regresi secara parsial pada penelitian ini adalah masing-masing variabel *Service Excellence* (X1) dan *Service Recovery* (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen *Customer satisfaction* (Y) dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengujian ini dapat disimpulkan bahwa X1 (*Service Excellence*) memberikan pengaruh yang



signifikan terhadap variabel Y (*Customer satisfaction*). Dengan kata lain, variabel *Service Excellence* (X1) memiliki pengaruh parsial terhadap *Customer satisfaction* (Y). Variabel *Service Excellence* terdiri dari beberapa item antara lain, Karyawan JNE cabang Jombang memiliki pengetahuan yang baik tentang semua produk dan layanan yang ditawarkan, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan pelanggan dalam kegiatan pelayanan, selalu bersikap ramah dan tersenyum ketika melayani pelanggan, selalu cepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, selalu berpenampilan bersih, rapi dan menarik pada saat melayani pelanggan, selalu berseragam dan berpenampilan sesuai pada saat melayani pelanggan, selalu memberikan perhatian terhadap semua kebutuhan pelanggan, menanggapi semua saran, kritik dan keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, bekerja tanpa kesalahan pada saat melayani, selalu mengucapkan terima kasih kepada pelanggan, tanggung jawab karyawan JNE cabang Jombang dalam hal kebenaran transaksi dapat dipercaya, bertanggung jawab dalam menindaklanjuti keluhan pelanggan.

2. Pengujian ini dapat disimpulkan bahwa X2 (*Service Recovery*) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (*Customer satisfaction*). Dengan kata lain, variabel *Service Recovery* (X2) memiliki pengaruh parsial terhadap

*Customer satisfaction* (Y). Variabel *Service Excellence* terdiri dari beberapa item antara lain, kompensasi yang diberikan perusahaan sesuai dengan masalah yang terjadi, berupaya menghasilkan hasil yang positif bagi saya, penanganan komplain yang saya ajukan ditangani dengan cepat, prosedur yang diberikan sesuai dengan komplain yang ajukan, memperlakukan pelanggan dengan sopan, memberikan solusi untuk masalah yang terjadi.

### **Pembahasan Secara Dominan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa yang terdapat pengaruh dominan dari variabel *Service Recovery* (X2) dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang. Dapat dikatakan dominan karena :

1. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang dalam pemulihan layanan dapat diukur dengan keadilan, kewajaran, kebutuhan, nilai, dan imbalan yang tepat untuk setiap keluhan yang diajukan oleh pengguna layanan.
2. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang melaksanakan pemulihan layanan dan komplain dari para pengguna layanannya dengan cara yang benar dan mengikuti prosedur yang sudah di rancang oleh perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) pusat, selain itu PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang

juga memperlakukan keluhan responden dengan adil seperti memberikan prosedur yang sesuai dengan komplain yang diajukan dan segera ditangani.

## V. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Service Excellence* dan *Service Recovery* Terhadap *Customer Satisfaction* Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Melalui JNE”, dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *service excellence*(X1) dan variabel *service recovery* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel *customer satisfaction*(Y) PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang. Sehingga dapat diketahui variabel *service excellence*(X1) dan variabel *service recovery* (X2) dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap *Customer Satisfaction*(Y) di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang adalah variabel *Service Recovery* (X2) yang memiliki koefisiensi regresi paling besar.

### Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan yang terdapat dalam

penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang harus bisa lebih meningkatkan pelayanan dengan baik agar karyawan dapat lebih ramah dalam menghadapi pelanggan, seperti halnya mengucapkan terimakasih kepada pelanggan dan menyapa pelanggan pada saat pelanggan datang. Hal tersebut bertujuan memberikan apresiasi terhadap pelanggan yang telah memilih dan mempercayai kantor PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang sebagai jasa pengiriman barang yang dituju. Dengan hal ini akan dapat membentuk hubungan baik dengan pelanggan, maka pelanggan tidak akan berpikir dua kali untuk kembali datang menggunakan jasa pelayanan di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang
2. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Jombang dapat dengan memperbaiki kinerja pelayanan secara umum dan yang lebih spesifik dalam memperlakukan pelanggan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tingkat pelayanan yang pantas setelah terjadi masalah-masalah dalam pelayanan secara normal. Akan tetapi dalam penelitian ini hampir sebagian besar keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tidak direspon dengan cepat. Maka dalam hal ini perusahaan dapat dengan memberikan

*punishment*, tujuan memberikan *punishment* adalah untuk memberikan efek jera karyawan yang melakukan kelalaian. Ketika hal ini semakin dibiarkan, maka pelanggan tidak segan untuk memilih jasa pengiriman barang yang lain. Dalam pelayanan memperbaiki keluhan dengan cepat merupakan suatu hal yang penting karena menyangkut tentang kenyamanan dan rasa puas yang timbul dari pelanggan tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Logistik Indonesia, 2016, Biaya Logistik di Indonesia, ([http://www.ali.web.id/web2/news\\_detail.php?id=862](http://www.ali.web.id/web2/news_detail.php?id=862))
- Barata, Atep Adya, 2004, Dasar-Dasar Pelayanan Prima, Cetakan kedua. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Boshoff, C. dan B. Gray. 2004. The Relationships Between Service Quality, Customer Satisfaction and Buying Intentions in The Private Hospital Industry. South African Journal of Business Management, Vol. 35. Pp.27-37.
- Cooper, Donald R. Dan Pamela S. Schindler. 2008. Business Research Methods, Tenth Edition, New York.: McGraw-Hill.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009, “Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen”, Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta
- Kau, A.K. & Loh, E.W.Y. (2006). “The effect of service recovery on consumer satisfaction : A comparison between complainants and non complainants”. Journal of service marketing, Vol. 20 No. 2, Hal. 101-111.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Komar. (2010). Pelayanan Prima. Jakarta : Pustaka Ilmu.
- Linda Dwi Hartiningrum, 2010, “Analisis Pengaruh Implementasi Service Recovery Produk Speedy Terhadap Kepuasan Pelanggan ”, Penelitian Terdahulu, Hal 43.
- Lovelock, Christopher dan Wirtz, Jochen (2011). Service Marketing, People, Technology, Strategy. Seventh edition. Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat, (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Pratik, Edisi Kedua, Jakarta : Penerbit Salemba Empat,
- Moenir, H. (2014). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sutopo dan Suryanto, Adi. 2003. Pelayanan Prima. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Suyetty dan Gita Kurniawan. (2005). Bekerja Sama dengan Kolega dan Pelanggan. Bogor : Yudhistira.
- Sekaran, Uma. 2006. Research Methods for business, ( 4<sup>th</sup> Edition). Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2009. Prinsip prinsip Total Quality Service. Andi: Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2011. Service, Quality & Satisfaction.( 3<sup>nd</sup> Edition). Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality and Satisfaction (ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Top Brand Award, 2016, Top Brand Index Jasa Kurir, ([http://topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2016_fase_2)) diakses 03 Februari 2017.
- World Bank Grup, 2016, LPI Global Ranking, (<http://lpi.worldbank.org/international/global/2016>, diakses 03 Februari 2017)
- [www.jne.co.id](http://www.jne.co.id)
- Zeithaml, Valarie, Mary Jo Bitner, Dwayne .D. Gremler. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6<sup>th</sup>ed. Mc.Graw-Hill. Boston.
- <http://dephub.go.id/post/read/tinggi-ya-biaya-logistik-di-indonesia-10694,2017>