



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LION PARCEL AGEN PT SWABINA GATRA TRAVEL

¹Abdul Hamid, ²Nur Aini Anisa, ³Kurniawati, ⁴Komarun Zaman, ⁵Etty Widawati
^{1,2}Prodi D3 Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia
^{3,4,5}Prodi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia
¹hamidi.abdul@gmail.com, ²nurainianisa.stiepemuda@gmail.com,
³kurniawati.stiepemuda@gmail.com,
⁴komarunzaman.stiepemuda@gmail.com,
⁵ettywidawati.stiepemuda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada jasa pengiriman terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 110 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar lewat google form. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat dengan nilai uji T variable harga dan kualitas pelayanan yang nilai signifikansi dibawah 0,05, nilai uji f pun menunjukkan nilai sig dibawah 0.05, koefisien determinasi mendapat nilai 0.517 yang berarti bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen sebesar 51.7 persen.

Kata kunci: *Harga, Kepuasan Konsumen, Pelayanan*

Abstract

This study was aimed to identify the effect of price and service quality of customer satisfaction Lion Parcel Agen PT Swabina Gatra Travel. This type of research is descriptive research with a quantitative approach. In which the sample of study consisted of 110 respondents. The data collection technique used a questionnaire distributed via google form. The results of this study indicate that the quality of service and product has a positive influence on customer satisfaction. This is reinforced by the value of the T-test of service and product quality variables whose significance value is below 0.05. The f test value also shows a sig value below 0.05, the coefficient of determination gets a value of 0.517, which means that the service quality and product quality variables affect the consumer satisfaction variable by 51.7 percent.

Keywords: *Price, Customer Satisfaction, Service*

PENDAHULUAN

Industri pengiriman barang tumbuh positif tiap tahunnya seiring perkembangan teknologi dan e-commerce. Bahkan, di tengah pandemi wabah virus corona atau covid-19, bisnis jasa pengiriman dan logistik melonjak tajam. Lonjakan ini semakin kentara setelah pemerintah secara resmi mengimbau masyarakat untuk beraktivitas dari rumah. Lonjakan signifikan terjadi pada pengiriman bahan makanan, alat kesehatan, dan bahan kimia untuk pembuatan cairan pembersih.

Kualitas pelayanan yang baik serta harga yang kompetitif di dalam perusahaan Arifin, Zaman, Anisa, & Utomo, (2022) akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, maka mereka akan menjadi konsumen tetap dan tidak menutup kemungkinan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Kondisi ini akan berdampak positif pada performa bisnis perusahaan dimana peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan. (Hidayah et al., 2023)

Menurut Laksana mengungkapkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar dari produk dan jasa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller, harga adalah nilai uang untuk menghasilkan pendapatan dan biaya. Selain itu, menurut Arifin et al., (2022), harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Hal ini berarti, bahwa konsumen akan membandingkan harga dengan apa yang didapat, artinya harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. (Olson & Paul, 2014)

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah the expectancy disconfirmation mode Pratama & Sakti, (2020) yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Apabila produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. (Jones, 2008)

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman adalah Lion Parcel agen PT. Swabina Gatra Travel. Lion Parcel merupakan salah satu bagian dari Lion Air Group yang juga menaungi maskapai lainnya seperti Wings Air, Batik Air, Lion Bizjet, Malindo Air yang berbasis di Malaysia, dan Thai Lion Air yang berbasis di Thailand. Untuk memperluas jaringan bisnisnya, Lion Air Grup membuka bisnis dalam pengiriman paket maupun dokumen yaitu Lion Parcel. PT. Lion Parcel didirikan pada tanggal 14 Februari 2013. Salah satu keunggulan dari jasa pengiriman barang oleh Lion Parcel di Tanah Air adalah memiliki armada pesawat sendiri yang didukung oleh Lion Air Group. PT. Lion Parcel berkantor pusat di Kedoya, Jakarta Barat. Selain berpusat di Jakarta, terdapat pula kantor perwakilan yang berada di kota-kota besar di Indonesia serta memiliki agen – agen lion parcel yang tersebar di seluruh Nusantara.

PT. Swabina Gatra Travel merupakan salah satu agen dari Lion Parcel yang

berdomisili di kota Gresik, Jawa Timur. PT. Swabina Gatra Travel sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan, yaitu pembelian tiket pesawat, kereta api, dan voucher hotel, event organizer, MICE, tour, umroh, sewa kendaraan, dan pengiriman barang. Adapun layanan jasa pengiriman barang yang diberikan oleh Lion Parcel agen PT. Swabina Gatra Travel yaitu free pick up yang artinya barang bisa diambil di rumah sehingga konsumen tidak perlu datang ke kantor ketika mengirim barang. Hal ini menjadi salah satu keunggulan dari pelayanan Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang. Dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Buku Dasar-dasar Pemasaran (2002) karya Angipora P Marius, menurut William J Stanton, harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan definisi harga menurut Kotler & Keller, (2008), harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pengertian harga juga bisa diartikan sebagai jumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms (1983) yang dikutip oleh Tjiptono, (2015) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. (Hardiyansyah, 2011)

Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Menurut Sunyoto (2012), "Mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen".

Berdasarkan beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut

Pengertian Kepuasan Konsumen

Berdasarkan kerangka definisional yang disusun oleh Giese dan Cote (2000) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2011), kepuasan pelanggan adalah :

1. Rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya.
2. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.
3. Yang ditujukan bagi aspek penting dalam pemerolehan dan atau konsumsi produk. Peneliti harus mengidentifikasi focus riset berdasarkan pertanyaan riset atau masalah manajerial yang dihadapi. Fokus ini bisa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan atau konsumsi produk.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang suatu gejala saat penelitian dilakukan. Metode tersebut menurut Arifin, Pratama, & Utomo, (2023) digunakan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang di selidiki. (Riduwan, 2016)

Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yaitu dengan menggali sumber-sumber data langsung di Kantor PT Swabina Gatra Travel yang beralamat di Jalan R.A Kartini Nomor 21 A, Gresik. Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah lapangan kerja penelitian. (Sugiyono, 2015)

Penelitian ini bertempat di kantor PT Swabina Gatra Travel yang beralamat di Jalan R.A Kartini No. 21 A, Gresik, Jawa Timur. Waktu Penelitian dimulai sejak dijadwalkannya pengajuan judul Penyusunan Proposal Skripsi Program Studi S1 Manajemen, yaitu bulan Maret-Mei 2021 (selesai). Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu data primer, dimana data tersebut adalah data yang diperoleh dari objek penelitian melalui kuesioner yang langsung disebarkan kepada responden. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan menggunakan alat bantu berupa software komputer program SPSS. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) adalah penelitian ini adalah SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Swabina Gatra Travel merupakan salah satu agen dari Lion Parcel yang berdomisili di kota Gresik, Jawa Timur. PT. Swabina Gatra Travel sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan, yaitu pembelian tiket pesawat, kereta api, dan voucher hotel, event organizer, MICE, tour, umroh, sewa kendaraan, dan pengiriman barang. Adapun layanan jasa pengiriman barang yang diberikan oleh Lion Parcel agen PT. Swabina Gatra Travel yaitu free pick up yang artinya barang bisa diambil di rumah sehingga konsumen tidak perlu datang ke kantor ketika mengirim barang. Hal ini menjadi salah satu keunggulan dari pelayanan Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya.

Hasil Penelitian

a. Deskripsi Penelitian

Jumlah kuesioner yang telah penulis sebarikan kepada responden melalui google form yang berjumlah 110 orang telah selesai 100%. Data yang diperoleh penulis diuraikan dalam bentuk tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
16 – 25 Tahun	28	25,5
26 – 35 Tahun	55	50,0
36 – 45 Tahun	21	19,1
46 – 55 Tahun	6	5,4
Jumlah	110	100,0

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Varabel X1 (Harga)

Butir Instrumen	r hitung	Keterangan
1	0,492	Valid
2	0,627	Valid
3	0,735	Valid
4	0,859	Valid
5	0,823	Valid
6	0,628	Valid

Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)

Butir Instrumen	r hitung	Keterangan
1	0,531	Valid
2	0,613	Valid
3	0,714	Valid
4	0,679	Valid
5	0,734	Valid
6	0,505	Valid
7	0,6	Valid
8	0,331	Valid
9	0,541	Valid
10	0,65	Valid

Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Butir Instrumen	r hitung	Keterangan
1	0,661	Valid
2	0,651	Valid
3	0,699	Valid
4	0,627	Valid
5	0,701	Valid
6	0,577	Valid

Dari tabel hasil uji validitas diatas dapat kita simpulkan bahwa butir-butir

pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keputusan
Harga	0,793	Reliabilitas Baik
Kualitas Pelayanan	0,794	Reliabilitas Diterima
Kepuasan Konsumen	0,731	Reliabilitas Baik

Data yang diperoleh dari penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel harga nilai cronbach's adalah 0,793 dapat dikatakan reliabilitas baik, variabel kepuasan konsumen nilai cronbach's adalah 0,794 dapat diputuskan reliabilitas diterima, dan variabel kepuasan pelanggan kerja nilai cronbach's adalah 0,731 dapat diputuskan reliabilitas baik.

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Variabel	Signifikasi	Kesimpulan
Kepuasan Konsumen	9,288	Normal
Harga	0,166	Normal
Kualitas Pelayanan	0,307	Normal

Hasil uji normalisasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikasi lebih dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Harga	0,882	1,134	Tidak terjadi multikolin
Kualitas Pelayanan	0,882	1,134	Tidak terjadi multikolin

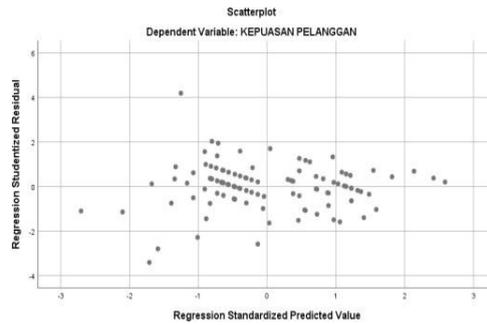
Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,719 ^a	0,517	0,508	1,800

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien R Square sebesar atau 0,517 atau 51,7%. Jadi bisa kita simpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel sebesar 51,7%.

4. Uji Koefisien Determasi



Dengan melihat grafik scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

d. Uji Regresi Linier Sederhana

	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,288	1,506		6,168	0,000
Harga	0,166	0,069	0,233	2,428	0,170
Kualitas Pelayanan	0,307	0,055	0,534	5,578	0,000

1. Nilai C = 9.288, merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan konsumen (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya. Jika variabel independent tidak ada maka variabel kepuasan konsumen Lion Parcel Agen PT Swabina Gatra Travel tidak mengalami perubahan.
2. β_1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,166 menunjukkan bahwa variabel harga (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel harga maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel sebesar 0,166 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak ada.
3. B_2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,307 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel sebesar 0,307 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak ada.

e. Uji Hipotesis

1. Uji t

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(constant)	9,288	1506		6,168	.000
Harga	,166	,069	,233	2,428	.017
Kualitas Pelayanan	,307	,055	,534	5,578	.000

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,166. Pada nilai signifikansi 5% diperoleh nilai t hitung sebesar 2.428 dengan nilai signifikansi sebesar 0.017. Dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,307. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh t hitung sebesar 5.578 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel di atas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Uji F

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	370,709	2	185,355	57,196	.000
Residual	346,754	107	3,241		
Total	717,464	109			

Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, pada taraf signifikansi 5% diperoleh F hitung 57,196 dengan signifikansi F sebesar 0,000. Diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel Agen PT. Swabina Gatra Travel, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Hal ini diperkuat dengan hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 2.428 dan nilai sigfikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat digambarkan bahwa semakin bagus harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan layanan jasa pengiriman di Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Hasil ini sesuai dengan penelitian I.G.A Yulia Purnamasari (2015) jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja" yang menyatakan bahwa harga berpengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat

dengan hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 5.578 dan nilai sigfikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini dapat digambarkan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diterima oleh pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan layanan yang tersedia di Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Hasil ini sesuai dengan penelitian Monica Maria (2013) dan lis maulidah (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Manoppo (2013) dengan judul “Kualitas Pelayanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grandpuri Manado” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. (Faizah, Suryoko, & Saryadi, 2013)

3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Secara bersama-sama harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini diperkuat dengan hasil uji F dengan nilai F hitung 57.196 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik harga dan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian I.G.A Yulia Purnamasari (2015) jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 2.428 dan nilai sigfikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat digambarkan bahwa semakin bagus harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan layanan jasa pengiriman di Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel.
2. Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat dengan hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 5.578 dan nilai sigfikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini dapat digambarkan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diterima oleh pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan layanan yang tersedia di Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel.
3. Terdapat pengaruh positif secara bersama- sama dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat dengan hasil uji F dengan nilai F hitung 57.196 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik harga dan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

Adapun saran yang diharapkan oleh peneliti sebagai bentuk penyempurnaan pada penelitian yang akan datang yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Namun dari indikator yang paling kecil nilai rata-ratanya ada pada pertanyaan perihal persaingan harga dengan jasa ekspedisi lainnya.

- Hal ini menunjukkan bahwa Lion Parcel masih harus memperbaiki harga yang lebih kompetitif agar bisa bersaing dengan perusahaan ekspedisi lain seperti Jnt, Jne, Ninja express dll.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel sudah cukup baik namun masih bisa ditingkatkan lagi dengan memperbaiki kecepatan pengiriman barang dan dokumen agar bisa bersaing dengan perusahaan ekspedisi lain seperti Jnt, Jne, Ninja express dll.
 3. Secara bersama-sama variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel. Oleh karena itu kedua variabel tersebut saling berkaitan erat jadi Lion Parcel agen PT Swabina Gatra Travel agar dapat menjaga harga dan kualitas pelayanan tetap ditingkatkan

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Pratama, D. P. A., & Utomo, P. (2023). *Pengantar Statistika: Teori dan Metode Ekonomi Terapan*. Surabaya: CV. Pena Jaya Pers.
- Arifin, S., Zaman, K., Anisa, N. A., & Utomo, P. (2022). *Mendukung Pemberdayaan Pariwisata Melalui Transformasi Digital Pada Dusun Podorejo*. 5(2), 423–428.
- Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, &. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun*, 1–8. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hidayah, N., Arifin, S., Pratama, D. P. A., Kurniawati, Dominggus, T. B., Suprpto, A. A., & Nurcahyanti, A. (2023). Community Empowerment Through Optimizing Local Wisdom as a Support for The Value of Economic Life. *TGO Journal of Community Development*, 1(2), 30–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.56070/jcd.v1i2.35>
- Jones, K. L. (2008). *Introduction to Consumer Behavior*. New York City: New York University.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Prenhallindo.
- Olson, J. C., & Paul, P. J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi Semb). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Pratama, D. P. A., & Sakti, N. C. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Handout Digital Berbasis Android. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i1.25327>
- Riduwan. (2016). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.