

## Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan

### The Relationship between the Level of Service Quality with Customer Satisfaction Levels

<sup>1</sup>Dheny Rafliandhys, <sup>2</sup>Maya Amalia Oesman

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>dhenyrafliandhys@gmail.com, <sup>2</sup>maya\_palapah@yahoo.com

**Abstract.** The era of globalization, requires private companies to improve services in a professional manner in accordance with their respective fields. Changes in technology and information flows very quickly have prompted the company to produce products or services that can meet the needs and desires of consumers, so that consumers feel satisfied with what they get from the company. Currently the company that sells services is growing rapidly especially in the field of logistics. Jalur Nugraha Ekakurir, commonly known by JNE is one company that is engaged in forwarding and logistics services. In this study the researchers choose JNE Branch Soekarno Hatta Bandung as research objects. Service Quality is an aspect that will determine whether or not a customer satisfied. Recognizing the importance of it here researchers interested in formulating research problems with the title "The relationship between the level of Service Quality JNE Branch Soekarno Hatta Bandung with the level of Customer Satisfaction" This study uses the theory of service quality and customer satisfaction theory. Researchers here using quantitative paradigm and the correlation method. The population in this study are customers in JNE Soekarno Hatta Bandung Branch. Data collection techniques in this study using questionnaires and interviews. Data analysis techniques used in this study is a data analysis technique Rank Spearman correlation. Validity testing using test correlated items. The study states, the hypothesis is accepted because the value  $t$  is greater than the value  $t$  table, in addition to the probability value is less than alpha,  $p < 0.01$  ( $0.000 < 0.0$ ). This means that there is a significant relationship between the level of quality of service JNE Branch Soekarno Hatta Bandung with the level of customer satisfaction. In conclusion, the theory applied in this study proved and showed that the five aspects of service quality provided by JNE branch Soekarno Hatta Bandung can create satisfaction to its customers. Researchers hope that there will be further research that examines this issue further and more deeply about the relationship between the level of service quality to customer satisfaction levels.

**Keywords :** Correlational Study , Service Quality , Customer Satisfactio

**Abstrak.** Era globalisasi sekarang ini, menuntut perusahaan-perusahaan swasta untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Saat ini perusahaan yang menjual jasa sedang berkembang pesat apalagi di bidang logistik. Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa dikenal dengan JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman logistik. Pada penelitian ini peneliti memilih JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung sebagai objek penelitian. Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat menentukan puas atau tidaknya seorang pelanggan. Menyadari akan pentingnya hal itu disini peneliti tertarik untuk merumuskan masalah penelitian dengan judul " Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan " Penelitian ini menggunakan teori kualitas pelayanan dan teori kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data korelasi *Rank Spearman*. Pengujian validitasnya menggunakan uji *correlated item*. Hasil penelitian menyatakan, hipotesis diterima karena nilai  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  table, selain itu nilai probabilitasnya lebih kecil dari alfa,  $p < 0,01$  ( $0,000 < 0,0$ ). Artinya ada hubungan yang signifikan antara tingkat kualitas pelayanan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kesimpulannya, teori yang diterapkan dalam penelitian ini terbukti dan menunjukkan bahwa kelima aspek dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dapat menciptakan kepuasan pada pelanggannya. Besar harapan peneliti agar akan ada peneliti selanjutnya yang mengkaji masalah ini lebih jauh dan lebih dalam lagi mengenai hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Studi Korelasional, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## A. Pendahuluan

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang atau tidak puas. Kepuasan pelanggan menjadi suatu tujuan yang krusial dan memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa dikenal dengan JNE merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman logistik yang berpusat di Jakarta. Di bawah nama resmi yang berlabel Tiki Jalur Nugraha Ekakurir adalah perusahaan pengiriman terbesar di Indonesia. Peneliti memilih JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung sebagai objek penelitian yang akan dikaji karena dari segi kantor, JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung memiliki kantor yang jauh lebih besar dan luas dibandingkan kantor cabang lainnya di Bandung, dari segi divisi pun cabang ini memiliki departemen yang paling lengkap, diantaranya adalah memiliki Departemen Customer Service sehingga membuatnya sering berinteraksi dengan pelanggan baik berkenaan pelayanan maupun informasi seputar JNE.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul: “Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan pada aspek *reliability* dengan tingkat kepuasan pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan pada aspek *responsiveness* dengan tingkat kepuasan pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan pada aspek *assurance* dengan tingkat kepuasan pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan pada aspek *empathy* dengan tingkat kepuasan pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan pada aspek *tangibles* dengan tingkat kepuasan pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.

## B. Landasan Teori

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan, perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm, 50.

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Ada lima aspek *ServQual (Service Quality)* yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Perusahaan dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, perusahaan juga harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, time schedule perlu disusun dengan teliti.
2. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Anggota perusahaan harus selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.
3. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Pada saat ini persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor keamanan, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi sekarang ini tentunya banyak sekali pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang.
4. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet.
5. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.<sup>2</sup>

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

---

<sup>2</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* Cetakan Kelima, Jakarta: PT.Elex Media Komputindio, 2005, hlm, 58.

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.<sup>3</sup>

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, Philip Kotler mengungkapkan empat aspek yang mendasarinya, yaitu:

1. *Re-purchase*, yaitu suatu keadaan dimana pelanggan membeli kembali barang pada perusahaan yang sama, ini mengindikasikan bahwa pelanggan tersebut senang dan puas dengan apa yang dijual oleh perusahaan tersebut.
2. *Word of mouth*, yaitu suatu kondisi ketika pelanggan menceritakan kembali mengenai pengalamannya dalam menggunakan jasa atau membeli barang di perusahaan tersebut kepada orang lain. Umumnya mereka menceritakan hal positif mengenai perusahaan tersebut.
3. Citra merk, yaitu suatu pelanggan sudah tidak peduli dengan berbagai promo ataupun diskon yang ditawarkan oleh perusahaan lain, karena saking percaya dan puasnya seorang pelanggan terhadap perusahaan tersebut.
4. Keputusan pembelian pada perusahaan yang sama, yaitu suatu pelanggan sudah tidak harus berpikir lagi jika membutuhkan barang ataupun jasa, pelanggan tersebut langsung memilih perusahaan yang sama untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>4</sup>

Kegiatan public relations dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan baik dengan para konsumen agar produk atau jasa yang kita tawarkan dapat diterima dengan baik oleh para konsumen. Salah satu kegiatan untuk memadukan keduanya yaitu dengan melakukan interaksi dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan prima dari perusahaan itu sendiri dengan para pelanggan mereka. Kenyamanan pelanggan sangat diutamakan dalam setiap aktivitas transaksi dengan pelanggan.

Konsep consumer relations berada di tengah-tengah antara konsep kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Keadaan itu terjadi karena di setiap proses penerapan kualitas pelayanan untuk menggapai kepuasan pelanggan terdapat suatu hubungan disana yang terjalin secara tidak disadari oleh keduanya. Hubungan tersebut bertujuan untuk memelihara dan mengatur hubungan baik antara keduanya, sebab itu lah konsep consumer relations berada di tengah-tengah antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Hubungan Antara Tingkat Kualitas Pelayanan (X) dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

<sup>3</sup> Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi duabelas, Jilid1*, Ahli Bahasa Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2008, hlm, 177.

<sup>4</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* Cetakan Kelima, Jakarta: PT.Elex Media Komputindio, 2005, hlm, 72.

Tabel 1. Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan (X) dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis Mayor		Sig.	t- hitung	t- table	Uji Hipotesis	Koefisien Korelasi	Derajat Keerataan	Kesimpulan
X dengan Y	0,01	0.000	8,812	2,630	H <sub>a</sub> diterima, H <sub>0</sub> ditolak	0.589	Cukup Tinggi	Ada Hubungan

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasilnya untuk tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien korelasi (rs) adalah sebesar 0,589. Untuk koefisien korelasi sebesar 0,589 menunjukkan bahwa tafsiran koefisien korelasi tersebut berarti memiliki hubungan cukup tinggi. Lalu t hitungnya sebesar 8,812, nilai tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan r table sebesar 2,630. Hal tersebut mengindikasikan penolakan H<sub>0</sub> yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Tingkat Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini meliputi *Reliability*, (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (perhatian), dan *Tangibles* (bukti fisik). Sedangkan Tingkat Kepuasan Pelanggan meliputi *Re-purchase*, *Word of Mouth*, *Brand Image/Citra Merk*, Keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa setelah responden mendapatkan pelayanan dari JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung mereka merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dengan tingkat kepuasan pelanggan. Dari hasil wawancara dengan beberapa responden, kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung mendorong mereka untuk tetap setia dalam menggunakan jasa perusahaan ini.

Pelanggan akan lebih memilih untuk terus menggunakan jasa yang memberikan kepuasan terhadap mereka di bandingkan pelayanan yang mengecewakan mereka. Pelayanan yang memuaskan adalah pelayanan yang melampaui harapan atau ekspektasi mereka. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dibutuhkan suatu upaya atau perlakuan yang dapat memicu timbulnya rasa senang terhadap mereka. Melalui penerapan kualitas pelayanan dapat membuat pelanggan merasa senang serta terpuaskan dan pelanggan pun akan selalu tertarik untuk menggunakan jasa dari perusahaan terkait ketika mereka sedang membutuhkannya.

#### D. Kesimpulan

Kesimpulan utama penelitian ini, peneliti kemukakan berdasarkan hasil pengujian hipotesis utama serta pengujian sub hipotesis yang penulis jabarkan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara penerapan aspek realibility dengan kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung. Hal tersebut dibuktikan oleh dua uji, diantaranya karena nilai t hitung lebih besar dari t-tabel, yaitu 4,821 dan nilai probabilitasnya adalah 0,000 yang menunjukkan nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai alfa dengan menghasilkan angka koefisien korelasi (rs) adalah sebesar 0,392. Untuk koefisien korelasi sebesar 0,392 tersebut berarti memiliki hubungan rendah tapi pasti.

2. Terdapat hubungan antara penerapan aspek *responseiveness* dengan kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung. Hal tersebut dibuktikan oleh dua uji, diantaranya karena nilai *t* hitung lebih besar dari *t*-tabel, yaitu 4,111 dan nilai probabilitasnya adalah 0,000 yang menunjukkan nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai alfa dengan menghasilkan angka koefisien korelasi (*rs*) adalah sebesar 0,430. Untuk koefisien korelasi sebesar 0,430 tersebut berarti memiliki hubungan cukup tinggi.
3. Terdapat hubungan antara penerapan aspek *assurance* dengan kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung. Hal tersebut dibuktikan oleh dua uji, diantaranya karena nilai *t* hitung lebih besar dari *t*-tabel, yaitu 8,459 dan nilai probabilitasnya adalah 0,000 yang menunjukkan nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai alfa dengan menghasilkan angka koefisien korelasi (*rs*) adalah sebesar 0,575. Untuk koefisien korelasi sebesar 0,575 tersebut berarti memiliki hubungan cukup tinggi.
4. Terdapat hubungan antara penerapan aspek *empathy* dengan kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung. Hal tersebut dibuktikan oleh dua uji, diantaranya karena nilai *t* hitung lebih besar dari *t*-tabel, yaitu 3,622 dan nilai probabilitasnya adalah 0,000 yang menunjukkan nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai alfa dengan menghasilkan angka koefisien korelasi (*rs*) adalah sebesar 0,313. Untuk koefisien korelasi sebesar 0,313 tersebut berarti memiliki hubungan rendah tapi pasti.
5. Terdapat hubungan antara penerapan aspek *tangibels* dengan kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung. Hal tersebut dibuktikan oleh dua uji, diantaranya karena nilai *t* hitung lebih besar dari *t*-tabel, yaitu 3,924 dan nilai probabilitasnya adalah 0,000 yang menunjukkan nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai alfa dengan menghasilkan angka koefisien korelasi (*rs*) adalah sebesar 0,334. Untuk koefisien korelasi sebesar 0,334 tersebut berarti memiliki hubungan rendah tapi pasti.

## E. Saran

### Saran Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan di JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, sehingga populasinya terbatas yaitu hanya seluruh customer JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.

Diharapkan ada penelitian yang serupa dengan populasi yang lebih luas atau umum terhadap pelanggan-pelanggan di perusahaan lain, sebagai bahan pengetahuan untuk mengetahui sejauh mana atau adakah hubungan tingkat kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung.

### Saran Praktis

1. Meskipun secara kuantitatif terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, tetapi dari apa yang peneliti dapatkan dari hasil angket mengenai penerapan aspek *realibility* oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, masih ada pelanggan yang merasa ragu-ragu pada pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE, mengingat hal tersebut diharapkan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung bisa lebih meningkatkan pelayanannya untuk mencapai kepuasan dari pelanggan.

2. Sekalipun secara kuantitatif terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, tetapi dari apa yang peneliti dapatkan dari hasil angket mengenai penerapan aspek responsiveness oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, masih ada pelanggan yang ragu-ragu bahkan tidak setuju bahwa JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dapat memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan. Sehingga diharapkan JNE Cabang Soekarno Hatta dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dalam memberikan solusi terhadap keluhan dari pelanggan.
3. Sekalipun secara kuantitatif terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, tetapi dari apa yang peneliti dapatkan dari hasil angket mengenai penerapan aspek assurance oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, masih ada pelanggan yang ragu-ragu dan tidak setuju bahwa JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung memiliki pengetahuan yang cukup baik dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh customer. Sehingga diharapkan agar JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuannya agar dapat memberikan jawaban yang memuaskan atas pertanyaan yang diajukan oleh customer.
4. Sekalipun secara kuantitatif terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, tetapi dari apa yang peneliti dapatkan dari hasil angket mengenai penerapan aspek empathy oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, masih ada pelanggan yang merasa ragu bahkan tidak setuju bahwa JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dapat mengutamakan kepentingan pelanggan. Sehingga diharapkan agar JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung dapat lebih meningkatkan perhatiannya untuk tidak mengabaikan kepentingan pelanggan
5. Sekalipun secara kuantitatif terdapat hubungan antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, tetapi dari apa yang peneliti dapatkan dari hasil angket mengenai penerapan tangibels oleh JNE Cabang Soekarno Hatta Bandung, masih banyak pelanggan yang ragu-ragu dan ada beberapa yang tidak setuju bahwa JNE Cabang Soekarno Hatta menyediakan tempat parkir yang layak untuk pelanggan. Sehingga diharapkan JNE Cabang Soekarno Hatta agar dapat memberikan perhatian lebih bagi kelayakan fasilitas tempat parkir, sehingga pelanggan mendapatkan fasilitas tempat parkir yang layak.

## Daftar Pustaka

- Umar, Husein. 2000. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi duabelas, Jilid1, Ahli Bahasa Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Irawan, Handi, 2005, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Kelima, Jakarta: PT. Elex Media Komputindio.