

## Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengiriman JnT Express Kabupaten Mamasa

Muhaimin<sup>1</sup>, Hamsyah<sup>2</sup>, Rahmat Ghazali<sup>3</sup>, Muhammad Shaleh<sup>4</sup>, Nur Qamariah<sup>5</sup>, Muhammad Fauzan<sup>6</sup>, Muh. Faisalrahmat

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat

<sup>2,3,4,5,6</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat

<sup>7</sup>Dosen Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat

<sup>1</sup>Corresponding author's email: [muhammadpepana@gmail.com](mailto:muhammadpepana@gmail.com)

**Abstract.** This study aims to determine whether price affects consumer satisfaction in JNT Express delivery in Mamasa Regency and whether promotion affects consumer satisfaction. The approach of this study is a quantitative approach, and this type of research is a questionnaire (survey) and interview. The location of this research was conducted at JNT Express located in Mamasa Regency which is in Osanga, Mamasa District, Mamasa Regency. The population in this study were consumers who used JNT Express delivery services in Mamasa Regency. The sampling technique in this study was accidental sampling or incidental sampling, a sampling technique based on coincidence, namely anyone who accidentally meets the researcher can be used as a sample. Data analysis was carried out using the Likert scale method assisted by the use of the SPSS Version 25 program. The results of the analysis showed that. 1. Price affects consumer satisfaction in JNT Express delivery in Mamasa Regency 2. Promotion affects consumer satisfaction in JNT Express delivery in Mamasa Regency 3. Service quality affects satisfaction in JNT Express delivery in Mamasa Regency.

**Keywords:** Price; Promotion; Service Quality; Consumer Satisfaction

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengiriman JNT Express kabupaten mamasa dan apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dan jenis penelitian ini bersifat Kuesioner (angket) dan wawancara. Lokasi penelitian ini dilakukan di JNT Express yang berlokasi di kabupaten mamasa yang berada di osanga, kecamatan mamasa kabupaten mamasa . Populasi dalam penelitian ini konsumen yang menggunakan jasa pengiriman jnt express kabupaten mamasa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu accidental sampling atau sampling incidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan,yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode skala likert di bantu dengan penggunaan program SPSS Versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa. 1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengiriman jnt express kabupaten mamasa 2. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengiriman jnt express kabupaten mamasa 3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengiriman jnt express kabupaten mamasa.

**Kata Kunci:** Harga; Promosi; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen

## 1. Pendahuluan

Saat ini perkembangan industri jasa pengiriman mengalami kemajuan yang cukup pesat. Era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobalitas yang tinggi. dunia bisnis di Indonesia saat ini telah berkembang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan adanya bisnis online yang semakin melejit seiring dengan berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi. Bahkan, dengan berkembangnya internet, aktivitas jual beli online menjadi semakin umum dan menjadi gaya hidup yang praktis saat ini (Ghofur, 2019).

Kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. maka kehadiran perusahaan di bidang jasa ekspedisi menjadi sesuatu yang sangat diperlukan. Di Indonesia terdapat perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jasa ekspedisi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pengiriman barang antar wilayah maupun negara salah satunya JNT express (Suhardi dkk, 2022).

J&T Express adalah perusahaan jasa layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express merupakan perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan jasanya, perusahaan ini menawarkan kelebihan berupa jemput barang, sehingga para pelanggan tidak perlu mendatangi kantor J&T (Amanah, 2020).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman salah satunya harga, promosi dan kualitas pelayanan. Harga merupakan indikator konsumen dalam memilih jasa yang akan mereka gunakan, karena harga yang ditawarkan haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Ketika pelanggan telah memilih untuk menggunakan suatu jasa maka konsumen akan mengevaluasi harga dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi. Menurut Prasetyo (2023) Harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat berubah dengan cepat. Dengan banyaknya perusahaan jasa pengiriman di Indonesia juga membuat harga yang ditawarkan oleh setiap perusahaan berbeda-beda dan membuat konsumen bebas untuk memilih harga dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kemudian promosi, yang merupakan salah satu upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasanya. Promosi di fokuskan kepada hal-hal apa yang menjadi kebutuhan konsumen, karena setiap konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda. Pahamiilah apa yang menjadi kebutuhan mereka. Informasi produk yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen mengakibatkan konsumen akan meninggalkan produk tersebut (Ariyanti dkk, 2022).

Sedangkan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (Prasetyo, 2023) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan pelanggan. Masalah atau persoalan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan sebuah perusahaan kepada pelanggannya.

Berdasarkan observasi awal kepada beberapa konsumen diperoleh informasi mengenai kelemahan harga yang ditawarkan oleh J&T Express saat ini, lebih tinggi 3-5 ribu rupiah dari jasa pengiriman yang lainnya, tetapi barang yang dikirim lebih cepat sampai karena pegawai hanya libur hari minggu. Kemudian masih banyak juga masyarakat menggunakan jasa

pengiriman lain seperti JNE dan Sicepat dikarenakan sudah terbiasa menggunakan jasa pengiriman tersebut dan belum mengetahui kelebihan tersendiri dari jasa pengiriman J&T Express hal ini dikarenakan kurangnya promosi dan memberikan informasi kepada masyarakat.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pelanggan J&T Express yang dimana mereka menggunakan pengiriman J&T Express hampir setiap hari untuk pengiriman barang online shop. Mereka mengungkapkan bahwa paket yang akan dikirimkan tidak sesuai dengan waktu yang telah di janjikan, kurangnya respon karyawan saat konsumen bertanya, paket yang diterima terkadang dengan kemasan yang sudah rusak walaupun isinya tetap terjaga, lamanya tanggapan karyawan saat konsumen menghubungi kantor J&E Express, terkadang jika penerima paket tidak ada di tempat kurir tidak menginformasikan kepada penerima dan langsung menitipkan paket kepada tetangga penerima.

Kepuasan konsumen menjadi sebuah ukuran yang diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap pelanggannya. J&T Express di Kabupaten Mamasa telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para konsumen, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para konsumen terhadap J&T Express di Kabupaten Mamasa. Dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para konsumen terhadap harga, promosi dan kualitas pelayanan J&T Express Kabupaten Mamasa. Dari tanggapan para konsumen tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan J&T Express di Kabupaten Mamasa sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan J&T Express di Kabupaten Mamasa sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik menerapkan penerapan ilmiah dan kemudian menuliskan dalam bentuk skripsi dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengiriman Jnt Express Kabupaten Mamasa”

## 2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Populasi merupakan wilayah generalitas yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini konsumen yang menggunakan jasa pengiriman JNT Express Kabupaten Mamasa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang memakai produk wasila diwilayah Kabupaten Majene. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu accidental sampling. Menurut (Sugiyono, 2017) accidental sampling atau sampling incidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Untuk memperoleh data, instrument yang digunakan adalah kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat diwilayah Kabupaten Mamasa selama waktu penelitian yang telah ditentukan.

Cara penentuan jumlah sampel menurut (Mulyani&Mudiantono, 2015) adalah jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10 kali Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah: Sampel maksimal =  $12 \times 5 = 60$  responden.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Uji validitas

**Tabel 1 Uji Validitas Variabel Harga X<sup>1</sup>**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Status
Harga (X1)	X1.1	0,904	0,254	Valid
	X1.2	0,731	0,254	Valid
	X1.3	0,808	0,254	Valid
	X1.4	0,813	0,254	Valid
	X1.5	0,589	0,254	Valid

**Tabel 2 Uji Validitas Variabel Promosi X<sup>2</sup>**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Status
Promosi (X2)	X2.1	0,291	0,254	Valid
	X2.2	0,276	0,254	Valid
	X2.3	0,248	0,254	Valid
	X2.4	0,284	0,254	Valid
	X2.5	0,311	0,254	Valid

**Tabel 3 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan X<sup>3</sup>**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Status
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0.336	0.254	Valid
	X3.2	0.324	0.254	Valid
	X3.3	0.315	0.254	Valid
	X3.4	0.388	0.254	Valid
	X3.5	0.842	0.254	Valid

**Tabel 4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen Y**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Status
Kepuasan Konsumen (Y).	Y1	0,459	0,254	Valid
	Y2	0,740	0,254	Valid
	Y3	0,642	0,254	Valid
	Y4	0,782	0,254	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa nilai seluruh item pernyataan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 5 Uji Reabilitas**

No	Variabel	Cronbach,s Alpha	Status
1	Harga	0,892	Reliabel
2	Promosi	0,664	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,725	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen	0,851	Reliabel

Berdasarkan tabel uji reabilitas diatas menunjukan bahwa semua variabel dalam penelitian baik itu variabel Harga,Promosi,Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen semuanya dikatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach alpha > dari 0,70.

## Uji normalitas

**Tabel 6 Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.47312939
Most Extreme Differences	Absolute	,153
	Positive	,105
	Negative	-,153
Test Statistic		,135
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan hasil pengujian one-sample kolmogorov smirnov bahwa nilai residual dari variabel dependen dan independen pada jumlah sampel 60 adalah 0.200 yang artinya sudah terdistribusi normal karena nilainya lebih besar dari nilai alpha 0.05 ( $0.200 > 0.05$ ). jadi kesimpulannya adalah data terdistribusi normal dalam model regresi sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

**Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistics			
	Tolerance	Keterangan	VIF	Keterangan
Harga	0.943	> 0.10	1.060	< 10
Promosi	0.943	> 0.10	1.060	< 10
Kualitas Pelayanan	0.943	> 0.10	1.060	< 10

Sumber: Data primer diolah melalui SPSS 24 Tahun 2024.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai Tolerance seluruh variabel independen  $\geq 0.10$ , dan nilai VIF seluruh variabel independen  $\leq 10$  sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

## Uji Heterokodastisitas

Tabel 8 Uji Heterokodastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.243	1.765		-1.837	,071
Harga	,067	,038	,229	1.760	,084
Promosi	-.040	,034	.154	1.185	,241
Kualitas Pelayanan	.059	0.36	.198	1.549	.078

Sumber: Data Primer diolah melalui SPSS 24 Tahun 2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai t sebesar 1.760 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.84 promosi memiliki nilai t hitung sebesar 1.185 dan tingkat signifikansi sebesar 0.241 dan kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 1.549 dan tingkat signifikansi sebesar 0.78 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokodastisitas pada model regresi ini karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0.05, sehingga model regresi layak digunakan.

## Uji regresi linear berganda

Tabel 9 Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.670	2.494		11.095	,000
	Harga	,587	,054	,847	10.920	,000
	Promosi	,329	,048	,410	8.703	,001
	Kualitas Pelayanan	.400	.098	.498	5.300	.000

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS 24 Tahun 2024

Berdasarkan table diatas hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 27.670 + 0.587X_1 + 0.329X_2 + 0.400X_3$$

Dimana: Y = Kepuasan Konsumen (Y)

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien regresi

X1= Harga

X2 = Promosi

X3 = Kualitas Pelayanan

### Uji t (parsial)

Tabel 10 Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	27.670	2.494		11.095	,000
	Harga	,587	,054	,847	10.920	,000
	Promosi	,329	,048	-,410	5.300	,001
	Kualitas Pelayanan	.400	.075	.498		,000

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 24,2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga (X1)

Diperoleh nilai t hitung  $10.920 > t$  tabel  $1.672$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Kabupaten Mamasa.

2. Promosi (X2)

Diperoleh nilai t hitung  $8.703 > t$  tabel  $1.672$  dan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Kabupaten Mamasa.

3. Kualitas Pelayanan

Diperoleh nilai t hitung  $5.300 > t$  tabel  $1.672$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Kabupaten Mamasa.

**Uji f (simultan)****Tabel 11 Uji F****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.897	3	133.948	59.632	,000 <sup>b</sup>
	Residual	128.037	57	2.246		
	Total	395.933	60			

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS 24 Tahun 2024

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 59.632 dengan tingkat signifikansi 0.000. karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 dan F hitung lebih besar dari f tabel yaitu 2.77 maka  $H_0$  diterima sehingga dapat dikatakan bahwa Harga, promosi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen JNT Express Kabupaten

**Uji koefisien Determinasi R<sup>2</sup>****Tabel 12 Koefisien Determinasi**

Tabel 12 Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823 <sup>a</sup>	,677	,655	1.499

a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer diolah melalui SPSS 24, Tahun 2024

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai Adjusted R square adalah 0.677 hal ini berarti seluruh variabel yakni variabel independen (Harga, promosi dan kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 67.7.% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model ini. Dengan demikian hubungan kedua variabel independen dapat dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan juga merupakan faktor penting dalam penjualan. Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Bagi perusahaan JNT Express khususnya di Kabupaten Mamasa, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen bisa menggunakan jasa tersebut. Dan bagi konsumen, harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam menggunakan suatu jasa pengiriman. Semakin murah maka semakin banyak konsumen menggunakan jasa tersebut namun semakin mahal semakin sedikit pengguna jasa pengirimannya jika mendapatkan jasa pengiriman yang lebih murah.

### **Pengaruh Promosi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa promosi sangat penting dalam perkembangan JNT Express Kabupaten Mamasa untuk menarik minat konsumen. Karena salah satu manfaat dari promosi ini adalah untuk menginformasikan mengenai produk yang ditawarkan dengan tujuan memberikan kepuasan pelanggan. Untuk mempertahankan pelanggan dan diharapkan konsumen melakukan jasa pengiriman secara berulang kali.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan semakin baik pula tingkat kepuasan konsumen dan akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman yang sama berulang kali jika mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Hal ini sangat penting untuk memahami “mengapa” dan “bagaimana” tingkah laku konsumen khususnya dalam melakukan keinginan jasa pengiriman berulang kali, sehingga JNT Express Kabupaten Mamasa dapat melakukan peningkatan kualitas pelayanan secara lebih baik dan akan memberikan kepuasan konsumen dengan cara mempelajari perilaku konsumennya.

## **4. Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan variable harga (X1) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen JNT Express Kabupaten Mamasa, sehingga hipotesis H1 diterima.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variable promosi (X2) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen JNT Express Kabupaten Mamasa, sehingga hipotesis H2 diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan (X3) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen JNT Express Kabupaten Mamasa, sehingga hipotesis H3 diterima.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variable harga (X1) promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen JNT Express Kabupaten Mamasa, sehingga hipotesis H4 diterima. Hal tersebut berarti bahwa jika variable harga (X1) promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) semakin bagus maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

## Referensi

- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 380-392.
- Amanah, D. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. *Jurnal keuangan & bisnis*, 2(1), 71-87.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Arif, M., Riwu, Y. F., Hasya, A., Fuadi, D. K., Rina, R., Holisoh, S., ... & Yusuf, R. (2024). Strategi Pemasaran. PT Penamuda Media.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85-94.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). Strategi pemasaran. CV. Intelektual Manifes Media.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Jayanti, K. F., (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182-191.
- Khotimah, K. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 227-246.
- Lestari, A. D.(2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Globat Jet Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).
- Maulana, A. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Maulidza, L., Tambunan, D., Anggraini, D. P., Hou, A., & Ompusunggu, V. M. (2022). Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Cash On Delivery (Cod), Penanganan Komplain Dan Promosi (Studi Kasus Pada Jne Cabang Merelan). *JURNAL REGIONOMIC*, 4(2), 33-45.
- Mediti, O. C. M. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290-1300.
- Prasetyo, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).

- Rufliansah, F. F. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389-401.
- Santi, P. Y. (2022). Analisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada pengiriman jne di kediri (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Simamora, B. (2020). Analisis multivariat pemasaran. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31-41.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20-32.
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).