



Persepsi Konsumen pada Layanan JNE Express Cabang Utama Mojokerto

Ainur Rochmaniah*, Dewi Zulia

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen pada layanan JNE Express cabang utama Mojokerto, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang. Teori yang digunakan adalah persepsi, kualitas layanan yang terdiri bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi pustaka. Informan sebanyak lima orang ditentukan secara purposive sampling. Peneliti menganalisa data secara deskriptif dengan menggunakan analisa interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen layanan JNE Express cabang utama Mojokerto dari segi kenyamanan, kerapihan dan kebersihan serta tampilan karyawan termasuk baik. Konsumen memberikan persepsi baik terkait kesiapan pegawai dalam membantu pelanggan serta keramahan dan kesopanan. Namun terdapat persepsi buruk karena tampilan gedung yang tampak kecil dan fasilitas kurang lengkap serta ketepatan barang tidak sesuai ketika berlangsungnya event dalam online shop.

Keywords: persepsi konsumen, kualitas layanan

DOI:

<https://doi.org/10.47134/innovative.v2i2.23>

*Correspondence: Ainur Rochmaniah
Email: ainur@umsida.ac.id

Received: 05-04-2023
Accepted: 19-05-2023
Published: 28-06-2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to determine consumer perceptions of JNE Express services in the main branch of Mojokerto, a company engaged in goods delivery services. The theory used is perception, service quality which consists of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research uses qualitative methods by collecting data through observation, interviews and literature. Five informants were determined by purposive sampling. Researchers analyzed the data descriptively by using Miles & Huberman's interactive analysis. The results showed that the consumer perceptions of JNE Express services at the Mojokerto main branch in terms of comfort, tidiness and cleanliness as well as employee appearance were good. Consumers give good perceptions regarding the readiness of employees to help customers as well as friendliness and courtesy. However, there is a bad perception because the appearance of the building looks small and the facilities are incomplete and the accuracy of the goods is not appropriate when an event is taking place in the online shop.

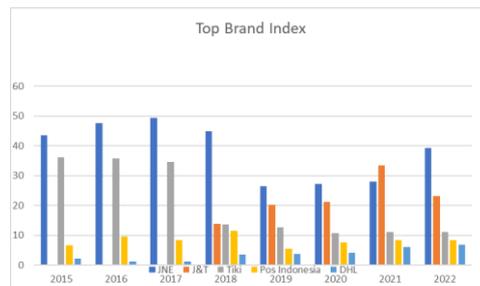
Keywords: consumer perception, service quality

Pendahuluan

Banyaknya usaha online atau e-commerce membuat permintaan penanganan kiriman semakin berkembang. Dalam menghadapi persaingan bisnis kini tersedia layanan pengiriman barang yang baru. Sekarang ini banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman (Alexandridis, 2020; Alexandrou, 2022; Cajaiba-Santana, 2020; Chen, 2018; Halff, 2019; Lao, 2021; Li, 2021; Liu, 2018; Loklindt, 2018; Maitra, 2020; Meng, 2022; Pantouvakis, 2018; Papathanasiou, 2020; Smaradhana, 2021; Y. Yang, 2023; Z. Yang, 2019; Yeo, 2018; Zhou, 2022). Diantaranya jasa pengiriman di Indonesia yaitu JNE, J&T, Tiki, Wahana, SiCepat, Anteraja, dan lain-lain. Memberikan kualitas yang baik dengan memberikan pelayanan jasa yang terbaik harus dilakukan perusahaan untuk lebih kompetitif guna mencapai kepuasan konsumen dan menjadikan pelanggan loyal. Dalam hal seperti ini kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Karena jika semahal atau sebagus apapun produk atau layanan dari perusahaan, jika tidak sesuai dengan harapan konsumen meskipun dikarenakan terlalu mudah dalam penggunaannya, maka produk atau jasa tersebut tidak akan ada artinya. Pada industri jasa kualitas pelayanan sangat penting (Baker, 2018; Biswas, 2019; Gunarathne, 2018; Imran, 2018; Ivanov, 2022; Mariani, 2019; Nguyen, 2018; Olya, 2018; Park, 2018; Stylos, 2021; Teng, 2019). Dengan memberikan pelayanan terbaik adalah salah satu strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan yang sudah ada, dan memberikan keunggulan kompetitif yang tidak hanya dilihat dari segi harga saja. Perusahaan dapat memberikan kepuasan dengan pelayanan terbaik yang bisa memenuhi harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan itu sendiri. Kepuasan merupakan faktor terpenting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan itu sendiri.

JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) adalah sebuah jasa pengiriman yang berbasis di Jakarta dan telah memiliki banyak cabang di beberapa kota di Indonesia. Pengirimannya yakni berupa dokumen, kendaraan, paket, dan lain-lain. Sebagai penyedia jasa pengiriman barang JNE bertindak sebagai distributor bagi pihak-pihak yang melakukan pengiriman barang. Memberikan layanan yang memuaskan untuk pelanggan juga termasuk tuntutan dari JNE baik itu pelanggan individu maupun pelanggan bisnis. Service pengirimannya diantaranya yaitu Super Speed (SS), Yakin Esok Sampai (YES), Reguler, Ongkos Kirim Ekonomis (OKE). JNE adalah perusahaan pengiriman barang di Indonesia. Namun layanan tersebut tidak hanya mencakup pengiriman barang dalam negeri, tetapi juga pengiriman ke luar negeri.

Pada tahun 2022, JNE menduduki Top Brand Index nomor 1 dengan presentase yang tinggi dalam kategori jasa kurir, seperti dalam grafik dibawah ini:



Gambar 1. Top Brand Index 2015-2022

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=JNE

Dari data di atas dapat dilihat dari tahun ke tahun JNE selalu menduduki pada urutan pertama dalam jasa kurir. Tidak di tahun 2021 JNE mengalami penurunan, namun kembali berada di posisi pertama pada tahun 2022 yakni dalam TOP Brand Index JNE dengan presentase 39.3%, J&T dengan presentase 23.1%, Tiki dengan presentase 11.1%, Pos Indonesia dengan presentase 8.5% dan DHL dengan presentase 6.9%.

Mojokerto merupakan kota yang terletak 50 km barat daya Surabaya dan merupakan kota penyangga utama ibu kota provinsi Jawa Timur. Kota ini berkembang sangat pesat dan termasuk dalam wilayah metropolitan Jawa Timur Gerbang Kerto Susila (Gresik-Bangkalan-Mojokerto-Surabaya-Sidoarjo-Lamongan). Mojokerto juga dikenal sebagai industri sepatu dan sandal. Hal inilah yang melatarbelakangi ekspansi JNE ke wilayah Mojokerto. Salah satu perusahaan yang menawarkan jasa pengiriman adalah JNE Express cabang utama Mojokerto, sebuah perusahaan ekspedisi dan logistik yang menyediakan pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dan lain-lain. Alasan penulis memilih JNE Express cabang utama Mojokerto yaitu dikarenakan JNE Mojokerto mempunyai ulasan baik dari pelanggannya di website. Selain itu terdapat banyak promo-promo yang menarik dan harga yang lebih murah di instagramnya.



Gambar 2. Ulasan pelanggan JNE Express cabang utama Mojokerto
 Sumber : website JNE Kantor cabang utama Mojokerto



Gambar 3. Diskon JNE Express cabang utama Mojokerto

Sumber : instagram @jne.mojokerto

Berdasarkan wawancara penulis dengan informan JNE Express cabang utama Mojokerto memiliki pelayanan yang baik dibandingkan dengan JNE yang lain. Dilihat dari sikap karyawan yang selalu ramah dan sopan kepada pelanggan, pegawai juga langsung melayani pelanggan dengan cekatan. Tidak hanya itu pegawai juga merespon dengan baik keluhan dari konsumen.

Gambar 4. Perbandingan Rating JNE Express cabang utama Mojokerto dengan JNE cabang utama Malang



Sumber : website JNE Kantor cabang utama Mojokerto dan JNE cabang utama Malang

Menurut Kotler, persepsi adalah proses di mana seorang individu memilih, mengatur, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna. Persepsi mencakup semua proses yang dilakukan manusia untuk memahami informasi tentang lingkungan mereka. Proses pemahaman ini dilakukan melalui melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan mencium. Ketika informasi berasal dari situasi yang sudah dikenal seseorang, informasi yang diperoleh mempengaruhi bagaimana orang tersebut mengatur kognisinya. Hasil pengorganisasian persepsinya terhadap informasi dapat berupa pemahaman objek (Hamidah & Anita, 2013). Menurut Robbins dan Judge Persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan indera untuk memberi makna pada lingkungannya. Tindakan individu sering kali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri. Meski demikian apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan obyektif (Robbins & Judge, 2019). Indikator persepsi ada 2 yakni penerimaan dan evaluasi. Dimana penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi dalam tahap fisiologis, yaitu berfungsinya indera untuk menangkap rangsang dari luar. Yakni proses diteruskannya stimulus atau objek yang sudah diterima alat indera dengan melalui syaraf-syaraf sensoris ke otak. Dan evaluasi merupakan Evaluasi ini sangat subjektif. Evaluasi merupakan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau obyek.

Individu yang satu menilai suatu rangsang sebagai sesuatu yang membosankan dan sulit. Sedangkan individu yang lain menilai rangsang yang sama tersebut sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan. Oleh karena itu, setiap individu mempunyai stimulus yang saling berbeda meskipun objeknya sama (Puastuti, 2014). Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi yakni suatu proses bagi seorang individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimuli menjadi sebuah gambar dunia yang berarti dan berkaitan secara logis. Pesan akan diterima melalui panca indera masing-masing individu.

Parasuraman & Zeithaml (2004) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara persepsi pelayanan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen. Suatu pelayanan dikatakan berkualitas tinggi dan memuaskan konsumen jika kualitas pelayanan yang dirasakan sama atau lebih besar dari kualitas pelayanan yang diharapkan. Dengan dimensi kualitas yaitu bukti fisik (*tangible*, kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Penelitian ini terkait dengan penelitian dari Nurdalilah Hasby (2019) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,946. Sedangkan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen masih tetap menggunakan jasa layanan pengiriman (Hasby, 2019).

Penelitian lainnya adalah dari Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati (2016) yang memiliki hasil bahwa variabel empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE cabang Bandung, dan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi serta pelanggan selalu setia menggunakan jasa pengiriman tersebut, meskipun variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen JNE cabang Bandung (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti mempunyai tujuan penelitian untuk mengetahui persepsi konsumen pada layanan JNE Express cabang utama Mojokerto.

Metode

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menjelaskan tentang perilaku, pikiran, atau perasaan suatu kelompok maupun individu. Penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data pada latar yang bermaksud untuk menafsirkan adanya fenomena yang terjadi dimana instrument kunci berada pada peneliti (Abdillah, 2021). Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dimana teknik pengambilan sampel merupakan sumber data atau orang yang dianggap paling tahu atau memahami tentang apa yang diharapkan peneliti (Herawati, 2018). Dalam penelitian ini subjeknya adalah konsumen yang menggunakan jasa JNE Express cabang utama Mojokerto. Yang dimaksud dengan konsumen disini yaitu orang yang mengirim barang menggunakan jasa JNE dan orang yang menerima barang melalui

jasa JNE Express cabang utama Mojokerto. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah layanan JNE Express cabang utama Mojokerto. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Peneliti menganalisa data dengan menggunakan analisa interaktif Miles & Huberman yaitu melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Huberman, 1994).

Hasil dan Pembahasan

PT JNE telah melakukan pembangunan infrastruktur di seluruh wilayah termasuk di wilayah Jawa Timur salah satunya yaitu Mojokerto. JNE Mojokerto didirikan pada tahun 2004. Awalnya, JNE Mojokerto menempati lokasi di JL Empunala, namun kini telah pindah ke ruko JL. Pahlawan No. 25, Mojokerto dengan pelayanan 24 jam. JNE Mojokerto membawahi dua cabang, JNE Nganjuk dan JNE Jombang, dan seluruh kegiatan usaha dan pelayanan JNE Mojokerto didukung oleh 131 karyawan.

Bukti fisik merupakan layanan fisik yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Bukti fisik (*tangible*) harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi jasa kepada pihak penerima jasa dalam berbagai bentuk. Bukti fisik kepada konsumen berupa fasilitas yang digunakan untuk mendukung aktivitas pelanggan dan pelayanan kepada konsumen, penampilan gedung, serta kebersihan dan kerapian para pegawainya [13]. Pelanggan menilai kualitas layanan secara visual sehingga informan bisa memberikan evaluasi terhadap tampilan fisik gedung tersebut. Perbedaan persepsi bisa terjadi karena setiap orang akan menghasilkan stimulus yang berbeda meskipun objeknya sama. Karena individu menilai sebagai sesuatu yang membosankan dan sulit dan individu lain menilai sebagai sesuatu yang bagus dan menyenangkan. Pelayanan yang baik akan menciptakan suatu bentuk interaksi yang saling menguntungkan, baik bagi JNE Express cabang utama Mojokerto maupun pelanggannya. Karena jasa tidak dapat dilihat, diraba, atau dicium, maka dapat dirasakan sehingga aspek fasilitas fisik menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Serta penampilan karyawan adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE Express cabang utama Mojokerto. Indikator bukti fisik memiliki penilaian yang baik dikarenakan semua informan sepakat bahwa dari segi kenyamanan, kantor JNE Express cabang utama Mojokerto cukup nyaman dikarenakan kantor ber-AC, keadaan kantor terlihat cukup bersih dan rapi karena tidak ada barang yang berserakan. Pegawai juga selalu memakai seragam pada saat jam kerja dan sudah sesuai dengan SOP (*Standart Operating System*), serta berada di posisi masing-masing pada jam pelayanan. Tetapi terdapat pendapat informan bahwa aspek tampilan fisik gedung yang disediakan mempunyai penilaian yang kurang bagus. Untuk fasilitas kurang memadai seperti area parkir yang cukup luas namun tidak beratap. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Nurdalilah Hasby (2019), yang mempunyai kesimpulan bahwa dimensi

bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen namun konsumen masih menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Kehandalan adalah salah satu bentuk pelayanan kepada konsumen yang merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan paling memuaskan sejak awal tanpa melakukan kesalahan atau pelayanan tepat waktu dan sesuai dengan yang dijanjikan, sehingga kehandalan sangat berpengaruh untuk membentuk citra positif perusahaan. Pegawai mampu menyelesaikan keluhan pelanggan dan ketepatan waktu dalam memenuhi janji pelayanan dikarenakan pegawai memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya dengan pengiriman paket yang cepat dan tepat waktu. Informan pengirim barang memberikan evaluasi yang bagus karena barang tidak pernah melebihi estimasi. Hal ini menciptakan persepsi yang baik dalam segi ketepatan pengiriman. Meskipun beberapa diantaranya memberikan penilaian yang kurang bagus terhadap kecepatannya, namun semua informan memberikan persepsi yang baik karena barang sampai tepat waktu. Menurut keterangan informan pengirim barang, JNE Express cabang utama Mojokerto dalam melakukan pengiriman barang sudah cukup tepat tidak ada kendala dan selalu terkirim sesuai dengan alamat yang dituju meskipun kecepatan standart, informan pengirim barang menyatakan bahwa barang yang terkirim tidak pernah melebihi estimasi, akan tetapi beberapa informan penerima barang juga menyatakan bahwa mereka mempunyai pengalaman keterlambatan pengiriman dan tidak sesuai dengan estimasi, namun demikian hal tersebut sudah mendapatkan edukasi terlebih dahulu dari pegawai jika ada keterlambatan pengiriman. Hal tersebut terjadi ketika ada *event* dalam *online shop*. Pelayanan cukup mudah dan tidak rumit karena pelanggan hanya perlu memberikan barang yang akan dikirimkan kemudian menunggu untuk mendapatkan nomor resi setelah itu barang langsung diproses. JNE Express cabang utama Mojokerto mampu mengirim barang dengan utuh tanpa ada barang yang rusak. Namun salah satu keterangan dari informan penerima barang juga mendapati barang yang diterima dalam segi pengemasan penyok dan rusak tetapi isi dalam kondisi aman. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terdapat kesamaan hasil dari Nurdalilah (2019) bahwa dimensi kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi konsumen tetap menggunakan jasa pengiriman. Sejalan dengan penelitian ini dalam indikator kehandalan informan memberikan penilaian yang baik, dikarenakan kehandalan pegawai yang mampu mengirim barang dengan baik dan hati-hati.

Daya tanggap merupakan kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Sebuah perusahaan harus *responsive* terhadap pelanggannya untuk mendapatkan keuntungan yang menguntungkan perusahaan itu sendiri. Menangani dan memberikan solusi jika terjadi masalah pada pengiriman barang juga termasuk kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memberikan pelayanan pegawai mampu membantu dan menanggapi permintaan pelanggan. Menurut keterangan dari

informan bahwa pegawai *responsive*, siap dan sigap untuk melayani pelanggan yang mengalami masalah pengiriman barang maupun yang tidak bermasalah dengan pengirimannya. Pegawai juga siap membantu tanpa diminta misalnya dengan membawakan barang-barang konsumen yang akan dikirim. Pegawai juga selalu menjawab pertanyaan yang diajukan oleh konsumen. Menurut semua informan, pegawai selalu tanggap, serta berada pada posisi/loket masing-masing pada jam pelayanan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Nurdalilah (2019), dalam kesimpulannya yang menyatakan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun pelanggan tetap menggunakan jasa JNE tersebut.

Jaminan adalah kemampuan dalam menaruh keamanan dan kemampuan pada menanamkan rasa percaya kepada pelanggannya [14]. Hal ini bisa menumbuhkan rasa percaya diri konsumen. Percaya diri juga berarti bahwa karyawan harus sopan dan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menangani pertanyaan potensial dan masalah pelanggan. Dan sebagai tolak ukur konsumen menentukan persepsinya masing-masing dalam menggunakan layanan yang diberikan. Hal tersebut menciptakan persepsi yang baik pada layanan pengiriman. Semakin baik layanan yang diberikan maka persepsi konsumen akan semakin baik. Namun sebaliknya jika layanan pada jaminan yang diberikan buruk maka persepsi konsumen juga akan semakin rendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan memiliki pengetahuan yang luas dan perusahaan bisa memberikan jaminan dan keamanan. Menurut keterangan dari informan bahwa JNE Express cabang utama Mojokerto menjamin keamanan barang yang dikirim dikarenakan tersedianya asuransi yaitu perusahaan memberikan jaminan uang kembali jika barang tidak sampai. Semua informan juga merasakan keamanan dan kenyamanan sehingga percaya apabila mengirimkan barang di JNE Express cabang utama Mojokerto. Menurut keterangan dari informan pegawai selalu merespon setiap keluhan. Pegawai bisa menangani dan juga memberikan tambahan informasi dan solusi yang diperlukan untuk *customer* yang memiliki keluhan. Hal ini yang mengakibatkan informan melakukan pembelian kembali terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak JNE tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Nurdalilah (2019) bahwa JNE Agen Pangkalan Mansyur mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam memberikan layanan berupa keamanan dan keselamatan akan barang yang dikirim.

Empati berarti perusahaan memahami masalah pelanggan, Komunikasi antara pelanggan dan perusahaan sangat penting. Komunikasi yang baik memungkinkan perusahaan mengenali keluhan pelanggan dengan cepat. Menjalin komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen. Karyawan yang menanggapi keluhan pelanggan dengan baik akan menciptakan persepsi yang baik dalam pelayanan yang diberikan [15]. Dalam indikator Empati hasil penelitian menyatakan bahwa JNE Express cabang utama Mojokerto menyediakan kotak saran sebagai sarana untuk mendapatkan kritik dan saran dari

pelanggan. Kotak saran berada di depan kantor yaitu di dekat pintu masuk kantor. Menurut keterangan dari informan pegawai ramah dan sopan dalam melayani konsumen. Pegawai tidak hanya ramah pada jam kerja, akan tetapi di luar kantor juga akan tetap ramah dan sopan. Namun dalam penelitian ini perusahaan telah memenuhi keinginan pelanggan dengan baik. Hal ini mengindikasikan bahwa penilaian informan telah memenuhi ekspektasi minimum dari informan. Berbeda dengan penelitian terdahulu oleh Nurdalilah (2019), dalam kesimpulannya ditemukan bahwa dimensi empati mempunyai pengaruh yang negatif meskipun konsumen tetap menggunakan jasa pengiriman tersebut.

Dari hasil penelitian di atas bahwa kualitas layanan JNE Express cabang utama Mojokerto mendapatkan persepsi yang baik dari konsumen yaitu dalam segi daya tanggap, jaminan, dan empati. Namun terdapat persepsi yang kurang baik dari segi bukti fisik dan kehandalan yakni ruang layanan kurang luas, area parkir tidak beratap, serta sering ditemukannya kemasan yang penyok dari konsumen penerima barang dan barang tidak sampai tepat waktu ketika ada *event* dalam *online shop*. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Januar Efendi dan Ai Lili (2016) bahwa variabel bukti fisik diperoleh hasil yaitu sebesar 82%, kehandalan sebesar 83,2%, daya tanggap sebesar 82,7%, dan jaminan 85% memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Akan tetapi variabel empati mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 82,7% dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,021.

Simpulan

Hasil penelitian memberikan kesimpulan sebagai berikut: Persepsi konsumen terhadap JNE Express cabang utama Mojokerto adalah baik dengan alasan sebagai berikut kondisi kantor ber-AC, tampak rapi dan bersih. Pegawai selalu menggunakan seragam sesuai dengan SOP serta berada di posisi masing-masing pada jam pelayanan; Pengiriman dari informan pengirim barang selalu tepat sesuai alamat yang dituju dan tidak ada kendala; Prosedur pelayanan cukup mudah, dan tidak berbelit-belit. Pegawai selalu melakukan pekerjaan dengan baik dan hati-hati. Pegawai selalu membantu pelanggan, menjawab pertanyaan dengan cepat; Pegawai sigap melayani pelanggan yang memiliki masalah pengiriman maupun yang tidak. Perusahaan menyediakan asuransi jaminan uang kembali jika barang tidak sampai. Pegawai ramah dan sopan dalam melayani konsumen. Perusahaan menyediakan kotak saran untuk menyampaikan kritik dan saran.

JNE Express cabang utama Mojokerto juga mendapatkan persepsi yang buruk dikarenakan tampilan gedung tampak kecil, sempit, fasilitas kurang lengkap dan tidak nyaman dikarenakan area parkir tidak beratap, kurang tepat dalam hal pengiriman ketika ada *event* dalam *online shop* dikarenakan barang sampai tidak sesuai dengan estimasi yang diberikan. Pengiriman standar dan sering ditemukan kemasan yang penyok.

Daftar Pustaka

- Abdillah, L. A. d. (2021). *Metode Penelitian dan Analisis Data Comprehensive*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Alexandridis, G. (2020). Corporate financial leverage and M&A's choices: Evidence from the shipping industry. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 133. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.101828>
- Alexandrou, S. E. (2022). Green supply chain management strategy and financial performance in the shipping industry. *Maritime Policy and Management*, 49(3), 376–395. <https://doi.org/10.1080/03088839.2021.1883141>
- Anjasari, E. T. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produksi Di Perusahaan Bakpia Ahmad's Family Trenggalek*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo.
- Baker, T. (2018). Regulating robo advice across the financial services industry. *Iowa Law Review*, 103(2), 713–750.
- Biswas, B. (2019). Analysis of barriers to implement blockchain in industry and service sectors. *Computers and Industrial Engineering*, 136, 225–241. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.005>
- Cajaiba-Santana, G. (2020). The emerging cruise shipping industry in the arctic: Institutional pressures and institutional voids. *Annals of Tourism Research*, 80. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102796>
- Chen, J. (2018). Identifying critical factors of oil spill in the tanker shipping industry worldwide. *Journal of Cleaner Production*, 180, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.238>
- Gunarathne, P. (2018). When social media delivers customer service: Differential customer treatment in the airline industry. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 42(2), 489–520. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2018/14290>
- Halff, A. (2019). The likely implications of the new IMO standards on the shipping industry. *Energy Policy*, 126, 277–286. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.11.033>
- Hamidah, S., & Anita, D. (2013). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus STIE PELITA INDONESIA). *Jurnal Ekonomi*, 5.
- Hasby, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Agen Pangkalan Mansyur*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.
- Herawati, H. P. d. T. (2018). *Metode Penelitian Keluarga*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Huberman, M., & Miles, M. B. (1994). *Qualitative Data Analysis Second Edition*. California: Sage Publications.
- Imran, M. (2018). Influence of Industry 4.0 on the production and service sectors in Pakistan: Evidence from textile and logistics industries. *Social Sciences*, 7(12). <https://doi.org/10.3390/socsci7120246>

- Ismet Fachrurozi. (2019, 15 Mei). Pimpinan Cabang JNE Mojokerto Kembangkan JNE dan Kontribusi untuk Mojokerto. <https://www.jne.co.id/id/berita/berita-detail/ismet-fachrurozi-pimpinan-cabang-jne-mojokerto-kembangkan-jne->. Accessed 19 Agustus 2022.
- Ivanov, D. (2022). Cloud supply chain: Integrating Industry 4.0 and digital platforms in the “Supply Chain-as-a-Service.” *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2022.102676>
- Lao, Q. (2021). Sources of polychlorinated biphenyls (PCBs) and dichlorodiphenyltrichloroethanes (DDTs) found in surface sediment from coastal areas of Beibu Gulf: A reflection on shipping activities and coastal industries. *Marine Pollution Bulletin*, 167. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112318>
- Li, L. (2021). A survey of blockchain with applications in maritime and shipping industry. *Information Systems and E-Business Management*, 19(3), 789–807. <https://doi.org/10.1007/s10257-020-00480-6>
- Liu, C. L. (2018). Supply chain resilience, firm performance, and management policies in the liner shipping industry. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 110, 202–219. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.02.004>
- Loklindt, C. (2018). How Blockchain Could Be Implemented for Exchanging Documentation in the Shipping Industry. *Lecture Notes in Logistics*, 194–198. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74225-0_27
- Maitra, D. (2020). Liner shipping industry and oil price volatility: Dynamic connectedness and portfolio diversification. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 138. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.101962>
- Mariani, M. (2019). Industry 4.0: A bibliometric review of its managerial intellectual structure and potential evolution in the service industries. *Technological Forecasting and Social Change*, 149. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119752>
- Meng, L. (2022). Carbon emission reduction behavior strategies in the shipping industry under government regulation: A tripartite evolutionary game analysis. *Journal of Cleaner Production*, 378. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134556>
- Nguyen, Q. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality. *British Food Journal*, 120(6), 1207–1222. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2017-0449>
- Olya, H. G. T. (2018). Risk assessment of halal products and services: Implication for tourism industry. *Tourism Management*, 65, 279–291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.015>
- Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, 11, 265-289.
- Pantouvakis, A. (2018). The human talent and its role in ISM Code effectiveness and competitiveness in the shipping industry. *Maritime Policy and Management*, 45(5), 649–664. <https://doi.org/10.1080/03088839.2018.1454989>

- Papathanasiou, A. (2020). The (non-)application of blockchain technology in the Greek shipping industry. *European Management Journal*, 38(6), 927–938. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.04.007>
- Park, E. (2018). Smart home services as the next mainstream of the ICT industry: determinants of the adoption of smart home services. *Universal Access in the Information Society*, 17(1), 175–190. <https://doi.org/10.1007/s10209-017-0533-0>
- Parulian, H. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal (Studi kasus Pada pengguna Jasa Lapangan Futsal di Kota Bengkulu). Universitas Bengkulu, Bengkulu.
- Puastuti, D. (2014). Hubungan Antara Persepsi dan Sikap terhadap Lingkungan Hidup dengan Perilaku Siswa Mengenai Kebersihan Lingkungan Sekolah di Sekolah Dasar Negeri Kemas 1 No.64 Serengan Kota Surakarta. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 1-26.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.
- S., & M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen). *Jurnal Dialektika*, 45-64.
- Smaradhana, D. F. (2021). Exploring the potential of graphene materials in marine and shipping industries – A technical review for prospective application on ship operation and material-structure aspects. *Journal of Ocean Engineering and Science*, 6(3), 299–316. <https://doi.org/10.1016/j.joes.2021.02.004>
- Stylos, N. (2021). Big data empowered agility for dynamic, volatile, and time-sensitive service industries: the case of tourism sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1015–1036. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2020-0644>
- Teng, H. Y. (2019). Job crafting and customer service behaviors in the hospitality industry: Mediating effect of job passion. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 34–42. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.013>
- Top Brand Award. (n.d.). Top Brand Index Kategori Jasa Kurir. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=JNE. Accessed 19 Agustus 2022.
- Yang, Y. (2023). Application of Group Decision Making in Shipping Industry 4.0: Bibliometric Analysis, Trends, and Future Directions. *Systems*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/systems11020069>
- Yang, Z. (2019). Historical changes in the port and shipping industry in Hong Kong and the underlying policies. *Transport Policy*, 82, 138–147. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2018.03.007>
- Yeo, H. (2018). Role of free cash flows in making investment and dividend decisions: The case of the shipping industry. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 34(2), 113–118. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2018.06.007>

Zhou, X. (2022). Evaluating the economic impacts of COVID-19 pandemic on shipping and port industry: A case study of the port of Shanghai. *Ocean and Coastal Management*, 230. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2022.106339>