

PENGARUH *SELLING PRICE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* (Suatu kasus pada JNE Cabang Ciamis)

Aryana¹, Dedeh², Yuyun Susanti³

^{1,2,3} Universitas Galuh, Jl. R. E. Martadinata No. 150, Ciamis, Indonesia

Email: bangyana015@gmail.com¹, dedeh.akt15@gmail.com², yuyunsusanti444@gmail.com³

ABSTRACT

The business world in the current era of globalization is very tight competition, making business people focus on satisfying consumer desires and increasingly different consumer needs. The selling price is the amount of money charged to consumers to obtain goods or services needed by consumers of JNE Ciamis Branch. The purpose of this study is to determine the effect of selling price on customer satisfaction at JNE Ciamis Branch. Data analysis technique with hypothesis by determining simple linear regression, correlation coefficient and coefficient of determination. Population with an average of 75 visitors and 43 people as samples. Based on the results of the study, it can be said that the selling price has an influence on customer satisfaction at JNE Ciamis Branch. Furthermore, by using the calculation of the coefficient of determination of the known results of 6.6%. This means that the selling price has an effect on customer satisfaction at JNE Ciamis Branch by 6.6%. The results of the two calculations are supported by the results of hypothesis testing using the t-test, it is known that t_{count} is 1,703 while the weight of t_{table} is 2,020. So from the calculation results it is known that $t_{table} > t_{count}$ or $2,020 > 1,703$ means that the selling price has a relationship, but is not significant to customer satisfaction at JNE Ciamis Branch.

Keywords: Effect of Selling Price, Customer Satisfaction JNE Ciamis Branch

ABSTRAK

Dunia bisnis di era globalisasi pada saat ini sangat ketat persaingannya membuat para pelaku bisnis fokus untuk memuaskan keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen yang semakin berbeda. *Selling price* adalah jumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen JNE Cabang Ciamis. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Selling Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. Teknik analisis data dengan uji hipotesis dengan menentukan regresi linier sederhana, koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Populasi dengan rata-rata pengunjung 75 orang dan 43 orang yang digunakan sebagai sampel. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan *selling price* memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. Selanjutnya dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi diketahui hasil sebesar 6,6%. Artinya *selling price* memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis sebesar 6,6%. Hasil kedua perhitungan tersebut didukung dengan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui t_{hitung} 1,703 sedangkan bobot t_{tabel} 2,020. Jadi dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $2,020 > 1,703$ artinya *selling price* mempunyai hubungan, tetapi tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis.

Kata Kunci: Pengaruh Selling Price, Customer Satisfaction JNE Cabang Ciamis

Cara sitasi: Aryana., Dedeh., & Susanti, Y. (2022) Pengaruh *Selling Price* Terhadap *Customer Satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. *J-KIP (Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan)*, 4 (2), 442-449.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di era globalisasi pada saat ini sangat ketat persaingannya membuat para pelaku bisnis fokus untuk memuaskan keinginan konsumen dan kebutuhan konsumen yang semakin berbeda. Konsumen sekarang tertarik dengan harga yang rendah tetapi dengan kualitas yang lebih baik. Ini adalah tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis untuk membuat konsumen senang dengan semua yang mereka butuhkan. Dampaknya adalah bahwa pelaku bisnis perlu berfikir bagaimana meningkatkan kegunaan dengan kemampuan untuk bersaing di pasar dan dapat memenuhi serta menjadi pilihan konsumen, Majid dan Dwiyanto (2017) dalam (Brillyan jaya Sakti dan Mahfudz, 2018).

Customer satisfaction menurut Kotler (2011:40) menyatakan bahwa "*Customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan lainnya". *Selling Price* adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2016:177). *Selling price* sangat menentukan *customer satisfaction*, karena dengan *price* yang murah dapat meningkatkan *customer satisfaction*. *selling price* merupakan variabel yang sangat penting untuk fokus dalam pemasaran, bukan hanya kualitas namun, *price* juga merupakan hal utama karena sebagian besar lebih tertarik pada *price* rendah, berdasarkan *fenomena* pada saat ini sangat kental ditemukan di masyarakat bahwa banyak orang tampaknya lebih tertarik dengan biayanya lebih murah daripada berfokus pada kualitas. *Selling price* rendah dapat membangun *customer satisfaction*. JNE Cabang Ciamis ini penting dalam sistem pelayanan yang memang untuk agen yang ada di wilayah Ciamis tersebut. *Customer satisfaction* dalam sistem pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi yang bergerak di bidang jasa adalah untuk memberikan kualitas bantuan yang terbaik bagi konsumen yang bertekad untuk membuat kepuasan konsumen.

Perusahaan yang menawarkan jenis jasa yang bermutu dan berkualitas, yang dapat memenuhi tingkat minat konsumen akan benar-benar ingin bertahan karena itu membuat nilai lebih unggul dari para pesaingnya. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistik atau jasa pengiriman barang (Brillyan jaya Sakti dan Mahfudz 2018).

Berikut data awal yang dilakukan peneliti dengan melakukan pengecekan harga ongkos kirim dari JNE Cabang Ciamis kepada salah satu kota tujuan yang ada di wilayah Pulau Jawa.

Tabel 1. Data *Selling price* JNE Cabang Ciamis

NO	Kota Asal - Kota Tujuan	Berat	Harga
1	Ciamis – Jakarta	1 kg	Rp. 17.000,00
2	Ciamis – Bandung	1 kg	Rp. 8.000,00
3	Ciamis – Bekasi	1 kg	Rp. 15.000,00
4	Ciamis – Bogor	1 kg	Rp. 15.000,00
5	Ciamis – Karawang	1 kg	Rp. 16.000,00
6	Ciamis – Cirebon	1 kg	Rp. 15.000,00
7	Ciamis – Sukabumi	1 kg	Rp. 11.000,00
8	Ciamis – Jogjakarta	1 kg	Rp. 20.000,00
9	Ciamis – Surabaya	1 kg	Rp. 25.000,00
10	Ciamis – Solo	1 kg	Rp. 20.000,00

Sumber: <https://cek-ongkir.com/>

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa *selling price* JNE Cabang Ciamis dengan pengiriman di luar Jawa Barat dikenakan tarif lebih tinggi dibandingkan dalam Jawa Barat, seperti kota Jogjakarta dengan tarif Rp. 20.000, kota Surabaya dengan tarif Rp. 25.000, kota Solo dengan tarif Rp. 20.000 dan kota Jakarta dengan tarif Rp.17.000. Tetapi apabila pengiriman dari Kota Ciamis menuju

daerah yang masih di dalam provinsi Jawa Barat dikenakan tarif lebih rendah, seperti Kota Bandung dengan tarif Rp. 8.000, kota Bekasi dengan tarif Rp. 15.000, kota Bogor dengan tarif Rp. 15.000 dan kota Karawang dengan tarif Rp. 16.000, kota Cirebon dengan tarif Rp.15.000 dan kota Sukabumi dengan tarif Rp. 11.000.

Kepuasan ini dinilai oleh konsumen JNE secara langsung, sehingga JNE Cabang Ciamis selalu berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, dari beberapa konsumen yang datang, peneliti menyimpulkan bahwa dalam masalah yang dihadapi konsumen pada saat penggunaan jasanya, salah satu faktor kemungkinan adalah mereka kurang puas terhadap harga yang diberikan oleh JNE Cabang Ciamis ini. Dengan harga yang relatif tinggi apabila tidak diimbangi dengan kualitas yang baik tentu akan berdampak buruk bagi kinerja perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang digambarkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Selling Price* Terhadap *Customer Satisfaction* (Suatu kasus pada JNE Cabang Ciamis)".

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Harga yang ditetapkan JNE yang lebih mahal bila dibandingkan dengan pesaing seperti TIKI dan Pos Indonesia
2. *Selling price* JNE Cabang Ciamis belum optimal
3. *Customer satisfaction* JNE Cabang Ciamis belum optimal

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana *selling price* pada JNE Cabang Ciamis?
2. Bagaimana *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis?
3. Bagaimana pengaruh *selling price* terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. *Selling price* pada JNE Cabang Ciamis
2. *Customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis
3. Pengaruh *selling price* terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis

Secara teori penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan memperdalam pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pengaruh *selling price* terhadap *customer satisfaction*. Secara praktis penelitian ini berguna:

1. Bagi penulis
2. Bagi perusahaan

METODE PENELITIAN

Metode survey adalah strategi yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari tempat-tempat yang alamiah (bukan palsu), namun analisis memimpin penelitian dalam berbagai informasi, misalnya dengan menyebarkan kuisioner, tes, wawancara terstruktur, dll (Sugiyono, 2013:6). Jenis penelitian yang digunakan metodologi, lebih tepatnya dengan menggunakan metodologi ekspresif kuantitatif.

Adapun variabel penelitian yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini sesuai dengan judul skripsi pengaruh *selling price* terhadap *Customer Satisfaction* (Suatu kasus pada JNE Cabang Ciamis), maka ada dua variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)
Menurut Sugiyono (2013:39) "*Variabel independent* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)". Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas, yaitu *selling price* (X1).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel *dependent* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas" (Sugiyono, 2013:39). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu *customer satisfaction* yang dinotasikan (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen JNE Cabang Ciamis yang beralamat di Jl. Mr. Iwa Kusuma Sumantri, Desa Kertasasi, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46213.

Tabel 2. Populasi Konsumen JNE Cabang Ciamis

No	Rata-Rata Per-Hari	Jumlah Konsumen
1	Senin, 13 Desember 2021	85
2	Selasa, 14 Desember 2021	67
3	Rabu, 15 Desember 2021	76
4	Kamis, 16 Desember 2021	56
5	Jum'at, 17 Desember 2021	69
6	Sabtu, 18 Desember 2021	98
	Rata-Rata	75

Sumber: JNE Cabang Ciamis

Menurut Sugiyono (2013:81) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Dalam menentukan jumlah sampel konsumen JNE Cabang Ciamis menggunakan rumus slovin, yaitu peneliti membulatkan responden menjadi 43 konsumen. Dengan begitu, jumlah sampel yang diteliti pada konsumen JNE Cabang Ciamis berjumlah 43 konsumen.

Menurut Rahayu (2018:67) menyatakan bahwa: "Sumber data adalah memilih dan menentukan subjek dari mana data yang diperoleh, ketepatan memilih dan menentukan kekayaan data yang diperoleh dan juga salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah kesediaan sumber data".

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan melakukan wawancara, dan penyebaran kuisioner kepada konsumen. Selain itu penulis juga melakukan observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan di JNE Cabang Ciamis.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan dengan maksud mendukung keabsahan dan kebenaran data primer dengan bahan acuan atau referensi dari buku ekonomi akuntansi dan manajemen dan juga dari media masa.

Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

Yaitu dengan cara mempelajari buku-buku, literatur, dan segala macam bacaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Observasi

Yaitu cara melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung mengenai objek yang diteliti, melihat, mengamati, dan mencatat data yang diperlukan.

3. Kuisioner (Angket)

Yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk ditanggapi dalam bentuk jawaban.

Teknik analisis data dilakukan untuk menangani data menjadi informasi, data tersebut akan menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Informasi-informasi yang perlu dipertimbangkan adalah hasil-hasil dari suatu cara *review* untuk menangani penelitian dari lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian, pada saat itu, penyelidikan selesai untuk membuat kesimpulan.

Dalam menganalisis data-data yang telah terkumpul peneliti menggunakan teknik analisis data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Analisis Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel X (*selling price*) dengan variabel Y (*customer satisfaction*)

Rumus yang dapat digunakan adalah *product moment* sebagai berikut : r_{xy}

$$= \frac{n\sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Sumber: Sugiyono (2013:228)

b) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara variabel bebas dan variabel terkait dalam artian ada variabel yang mempengaruhi dan ada variabel yang dipengaruhi. Menurut Sugiyono (2013:270) menyatakan bahwa: "Analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan kausal satu variabel independent dengan variabel dependent". Persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

Rumus yang dapat digunakan adalah : Y

$$= a + Bx$$

$$\frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{n\sum xy - \sum x\sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x\sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x\sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Sumber : Sugiyono (2016:26)

c) Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan X (*Selling price*) terhadap variasi naik turunnya variabel Y (*Customer Satisfaction*).

Nilai koefisien determinasi yang kecil menyiratkan bahwa kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, nilai mendekati satu berarti bahwa variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua data yang diharapkan untuk memprediksi keragaman variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu.

Koefisiensi determinasi dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut : (Sugiyono dalam Mulyana, 2016:86) $KD = r^2 \times 100\%$

d) Uji t (Uji Hipotesis)

Untuk mengetahui apakah hipotesis dapat diterima atau tidak, maka digunakan model statistik uji

$$= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

t (Sugiyono, 2016:251) dengan rumus: t

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Selama ini *selling price* pada JNE Cabang Ciamis sudah baik, hal ini dapat dilihat pada keterjangkauan harga yang menarik konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman JNE, selain itu juga seimbang dengan kualitas dan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman JNE dan juga daya saing harga bagi konsumen yang menggunakan jasa pengiriman JNE memiliki harga yang kompetitif dibandingkan dengan perusahaan lain yang menunjukkan konsumen lebih memilih jasa pengiriman JNE. Adapun *selling price* yang diberikan oleh suatu perusahaan merupakan salah satu upaya perusahaan JNE dalam menarik minat konsumen sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Ciamis. Dengan demikian maka selama ini hasil penelitian menunjukkan bahwa *selling price* pada JNE Cabang Ciamis sudah baik. Karena sudah sesuai dengan indikator *selling price* yang meliputi keterjangkauan harga, seimbang dengan kualitas dan mutu dan daya saing harga yang menunjukkan sudah baik.
2. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis tercapai 904 yang berada pada kategori sangat kuat atau berada pada interval 903 – 1.075. Artinya bahwa JNE Cabang Ciamis pada *customer satisfaction* sangat baik di mata konsumen. Dengan demikian maka selama ini *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis sudah baik dan kuat. Adapun mengenai tanggapan responden yang memiliki nilai tertinggi adalah pada saya merasa puas terhadap kemasan yang diberikan oleh JNE dengan skor 185 dan Pelayanan yang di berikan sesuai dengan tarif yang di berikan dengan skor 185 sedangkan responden yang memiliki nilai terendah adalah pada saya merasa puas dengan harga yang di tawarkan JNE cukup terjangkau dengan skor 173. Selama ini *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis sudah baik, hal ini dapat dilihat dari aspek indikator kesesuaian harapan selama ini konsumen merasa puas karena perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, selain itu juga konsumen merasa puas dan berminat berkunjung kembali dengan menggunakan jasa pengiriman JNE, konsumen juga merasa kesediaan merekomendasi kepada konsumen dan calon konsumen yang senantiasa menggunakan jasa pengiriman JNE. Dengan demikian maka selama ini hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis adalah kuat. Karena telah sesuai dengan indikator *customer satisfaction* yang meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasi yang menunjukkan sudah kuat.
3. Berdasarkan penelitian diketahui *selling price* memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan dengan menggunakan koefisien korelasi diperoleh tingkat hubungan sebesar 0,257 yang menunjukkan bahwa *selling price* memiliki hubungan yang rendah dengan *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. Selanjutnya dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi diketahui hasil sebesar 6,6%. Artinya *selling price* memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis sebesar 6,6%. Hasil kedua perhitungan tersebut didukung dengan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui t_{hitung} 1,703 sedangkan bobot t_{tabel} 2,020. Jadi dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $2,020 > 1,703$ artinya *selling price* tidak ada hubungan yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan hipotesis yang telah diajukan yaitu *selling price* tidak ada hubungan yang signifikan terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis. Karena dalam segi *customer satisfaction* kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Selling Price* terhadap *Customer Satisfaction* JNE Cabang Ciamis, maka ditarik kesimpulan anata lain:

1. *Selling Price* JNE Cabang Ciamis dapat di katagorikan Kuat terlihat dari hasil jawaban responden pada angket yang telah di isi, dengan skor rata-rata 87,8 pada perhitungan pedomen interpretasi dengan skor maksimal 107,5.
2. *Customer Satisfaction* JNE Cabang Ciamis dapat di katagorikan Sangat Kuat terlihat dari hasil jawaban responden pada angket yang telah di isi, dengan skor rata-rata 90,4 pada perhitungan pedomen interpretasi dengan skor maksimal 107,5.
3. *Selling price* berpengaruh tidak signifikan sebesar 6,6% terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $1,999 > 1,703$ artinya *selling price* ada hubungan tetapi tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* pada JNE Cabang Ciamis.

REKOMENDASI

Saran yang dapat diberikan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan JNE Cabang Ciamis selalu memperhatikan *selling price* dalam potongan harga, hal ini berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai paling rendah terdapat pada pertanyaan "Adanya potongan harga dan diskon di setiap pengiriman barang di atas 10 kg" mendapatkan nilai dengan skor 170
2. Diharapkan JNE Cabang Ciamis terus meningkatkan *customer satisfaction* baik dalam harga maupun yang lainnya, hal ini berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai paling rendah terdapat pada pertanyaan "Saya merasa puas dengan harga yang di tawarkan JNE cukup terjangkau" mendapatkan nilai dengan skor 173
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih meningkatkan kekurangan dalam mobilitas yang ada pada penelitian ini, peneliti sadar bahwa masih jauh dari kata sempurna.

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penyusunan skripsi peneliti menghadapi kendala, namun hal tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Ibu Dedeh, S.Pd.,M.Pd. selaku pembimbing I dan Ibu Yuyun Susanti, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing II Ucapan terimakasih ini peneliti sampaikan pula kepada :

1. Rektor Universitas Galuh Ciamis beserta jajarannya.
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan beserta jajarannya.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Pendidikan Akuntansi.
4. Para Dosen dan Staf Administrasi di Lingkungan Program Studi Pendidikan Akuntansi
5. Atasan JNE Cabang Ciamis beserta staf dan jajarannya.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi angkatan 2018
7. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2013. *Inovasi Pembelajaran*. Bumi Aksara. Jakarta
- Efisiensi*. Jurnal Administrasi Bisnis, 2 (1), 64-75
- Kotler. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat

- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Erlangga. Pearson Education Limited.
- Kuswaraningtyas, Herwinda Lucky. *Pengaruh Produk Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Mardikawati W., dan Farida N. (2013). *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus*
- Nazir, Mochamad. 2010. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rahayu, Ani Sri. 2018. *Pengantar Pemerintahan Daerah Teori Hukum dan Aplikasinya*. Jakarta: Sinar Ghafika
- Ritonga, Husni Muharram dkk. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Medan. CV. Manhaji
- Rizayanti, Nelli. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya*. Skripsi. UIN AR-RANIRY.
- Sakti, Brillyan Jaya. & Mahfudz 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Manajemen*, 7 (4), 137-144
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autowork*, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 755764
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta
- Umar, Husein. (2000). *Riset Pemasaran dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka
- Anggara, Bayu. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. JNE Cikarang Barat. Bekasi)*. Skripsi. Jakarta: Universitas Darma Persada.

<https://cek-ongkir.com/>