

202010160311032  
Adhiba Elista Faren  
Prodi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA LAYANAN JNE KOTA BATU**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



## LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA LAYANAN JNE KOTA BATU

Oleh:

ADHIBA ELISTA FAREN


202010160311032

Malang, 15 September 2025

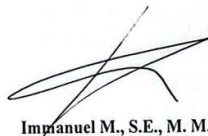
Telah disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Rahmad Wijaya, M.M.



Immanuel M., S.E., M. M.

## LEMBAR PENGESAHAN

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA**  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA**  
**LAYANAN JNE DI KOTA BATU**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

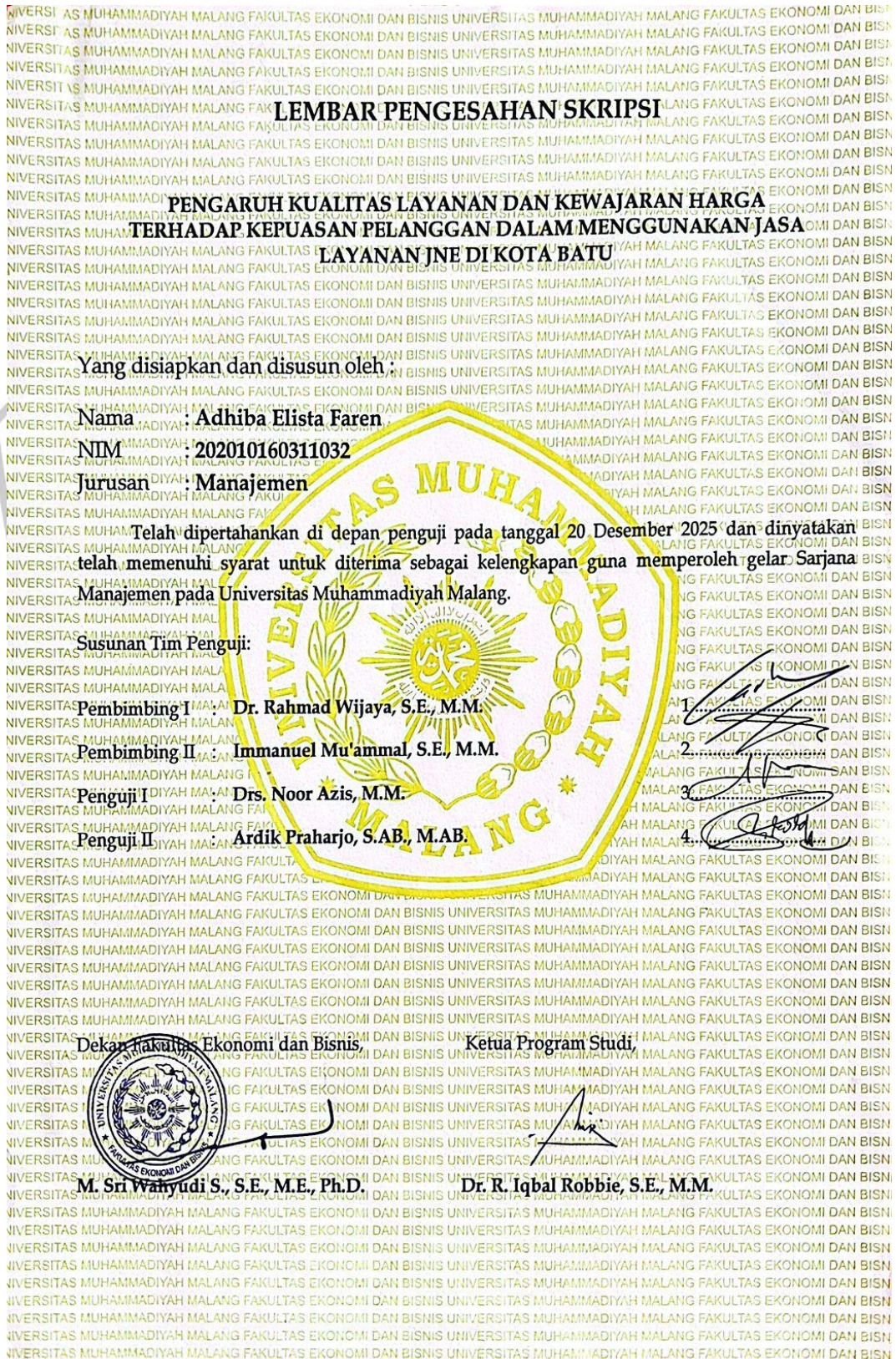
Nama : Adhiba Elista Faren  
NIM : 202010160311032  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.  
Pembimbing II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.  
Penguji I : Drs. Noor Azis, M.M.  
Penguji II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis : M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.  
Ketua Program Studi : Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.



202010160311032  
Adhiba Elista Faren  
Prodi Manajemen

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA  
LAYANAN JNE DI KOTA BATU**

Oleh:  
**Adhiba Elista Faren**  
202010160311032



Diterima dan disetujui  
pada tanggal 20 Desember 2025

Pembimbing I, **Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**  
Pembimbing II, **Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, **M. Syaiful Huda, S., S.E., M.E., Ph.D.**  
Ketua Program Studi, **Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Adhiba Elista Faren  
NIM : 202010160311032  
Program Studi : Manajemen  
Email : Adhibaef@gmail.com

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 September 2025



**ADHIBA ELISTA FAREN**  
202010160311032

202010160311032  
Adhiba Elista Faren  
Prodi Manajemen

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN JNE KOTA BATU**

**Adhiba Elista Faren**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jln. Raya Tlogomas, No. 246 Malang  
Email: Adhibaef@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE Cabang Kota Batu di tengah persaingan industri logistik yang semakin ketat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*. Populasi penelitian adalah pelanggan JNE Cabang Kota Batu yang menggunakan layanan pengiriman pada periode Maret hingga Juni 2025, dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden yang ditentukan melalui teknik *non-probability sampling* menggunakan metode *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mencerminkan pentingnya keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik layanan. Selain itu, kewajaran harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi manajemen JNE Kota Batu dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kewajaran Harga, Kepuasan Pelanggan, Jasa Pengiriman, JNE.

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE FAIRNESS ON  
CUSTOMER SATISFACTION IN USING JNE SERVICES IN BATU CITY***

**Adhiba Elista Faren**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jln. Raya Tlogomas, No. 246 Malang  
Email: Adhibaef@gmail.com

**ABSTRACT**

*Customer satisfaction is a crucial factor in determining the success of a delivery service company amidst the increasingly competitive logistics industry. This study aims to analyze the influence of service quality and price fairness on customer satisfaction in using JNE's Batu City Branch delivery services. This study uses a quantitative approach with explanatory research. The research population is JNE's Batu City Branch customers who use delivery services from March to June 2025. A sample size of 130 respondents was determined using a non-probability sampling technique with an accidental sampling method. Data were collected through a Likert scale-based questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. This indicates that reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence of good service can increase the level of customer satisfaction. In addition, price fairness also has a positive and significant effect on customer satisfaction, which indicates that affordable prices, in accordance with service quality, and having competitiveness can increase customer satisfaction. Simultaneously, service quality and price fairness have a significant effect on customer satisfaction at JNE Batu City Branch. The findings of this study are expected to be a consideration for management in improving service quality and pricing strategies*

**Keywords:** *Service Quality, Price Fairness, Customer Satisfaction, Delivery Service, JNE.*

## KATA PENGANTAR

### KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Layanan JNE Kota Batu”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada Allah SWT, kedua orang tua dan keluarga, serta Bapak **Dr. Rahmad Wijaya, M.M.** selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak **Immanuel M., S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak **Noor Aziz, Drs., M.M.** selaku Dosen Penguji I serta Bapak **Ardik Praharjo S.AB., M.AB.** selaku Dosen Penguji II, dan seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, para responden penelitian, serta semua pihak yang telah membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Malang, September 2025

Penulis



**Adhiba Elista Faren**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Expectancy-Disconfirmation Paradigm (EDP) .....	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.3 Kualitas Layanan .....	15
2.1.4 Kewajaran Harga .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Pikir .....	22
2.4 Hipotesis .....	22
2.4.1 Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	22
2.4.2 Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	25
3.1 Lokasi Penelitian .....	25
3.2 Jenis Penelitian .....	25
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.3.1 Populasi .....	25
3.3.2 Sampel .....	26
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	27
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.5.1 Data Primer .....	29
3.5.2 Data Sekunder .....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.7 Skala Pengukuran Variabel .....	30
3.8 Uji Instrumen Penelitian .....	30
3.8.1 Uji Validitas .....	31
3.8.2 Hasil Uji Validitas .....	31
3.8.3 Uji Reliabilitas .....	33
3.8.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	34
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.9.1 Uji Normalitas .....	35
3.9.2 Uji Multikolinieritas .....	36

3.10 Metode Analisis Data.....	36
3.10.1 Analisis Rentang Skala .....	36
3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
3.11 Uji Hipotesis Penelitian .....	39
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	40
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	42
4.2.1 Hasil Uji Normalitas .....	42
4.2.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	43
4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	44
4.3 Hasil Analisis Data.....	45
4.3.1 Hasil Analisis Rentang Skala.....	45
4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.4 Hasil Uji Hipotesis .....	50
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	51
4.4.2 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	51
4.5 Pembahasan.....	52
4.5.1 Pandangan konsumen tentang kualitas layanan, kewajaran harga dan kepuasan pelanggan .....	52
4.5.2 Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	52
4.5.3 Hubungan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	54
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
5.1 Simpulan .....	56
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Saran Akademis .....	57
5.2.2 Saran Praktis .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Rangkuman Rating Penilaian Pelanggan.....	4
Gambar 2.1: Kerangka Pikir Penelitian.....	22

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Perbandingan Harga Layanan dan Rating Ekspedisi.....	3
Tabel 1.2: Ulasan JNE Kantor Cabang Kota Batu 2025 .....	4
Tabel 1.3: Detail Keluhan Pelanggan JNE Kantor Cabang Batu .....	5
Tabel 2.1: Rekapitulasi Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel .....	28
Tabel 3.2: Tabulasi Skala Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 3.3: Tabulasi Hasil Uji Validitas .....	32
Tabel 3.4: Tabulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 3.5: Rekapitulasi Perhitungan Rentang Skala.....	37
Tabel 4.1: Karakteristik Responden .....	40
Tabel 4.2: Tabulasi Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.3: Tabulasi Hasil Uji Multikolinieritas.....	43
Tabel 4.4: Tabulasi Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4.5: Tabulasi Hasil Analisis Rentang Skala Kepuasan Pelanggan ....	45
Tabel 4.6: Tabulasi Hasil Analisis Rentang Skala Kualitas Layanan .....	46
Tabel 4.7: Tabulasi Hasil Rentang Skala Kewajaran Harga.....	47
Tabel 4.8: Tabulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
Tabel 4.9: Tabulasi Hasil Uji Hipotesis.....	50

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Perspektif*, 16(1), 39–49.
- Atmaja, G. K. K., & Yasa, N. N. K. (2020). The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Price Fairness and Service Quality on the Loyalty of Low Cost Carriers Customers in Indonesia. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 7(5), 149–159.
- Cahyanto, S. F., Maulana, M. A., Marina, S., & Rahmawati, A. (2022). The Effect of Price Fairness and Service Quality Through Repurchase Intention Mediated of Customer Satisfaction. *Global Research on Sustainable Transport & Logistics*, 5778, 290–302. <https://doi.org/10.25292/atlr.v5i0.501>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS 25* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grigoroudis, E., & Siskos, Y. (2010). *Customer Satisfaction Evaluation: Methods for Measuring and Implementing Service Quality*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1640-2>
- Grönroos, C. (2015). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic* (4th ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Hui, G., Al Mamun, A., Reza, M. N. H., & Hussain, W. M. H. W. (2024). An Empirical Study on Logistic Service Quality, Customer Satisfaction, and Cross-border Repurchase Intention. *Heliyon*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e41156>
- Hussein, A. A., Gruchmann, T., & Melkonyan, A. (2022). Assessing the Impact of Sustainable Logistics Service Quality on Relationship Quality: Survey-Based Evidence in Egypt. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 4, 100036. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100036>
- Khotari, C. R. (2004). *Research Methodology - Methods and Techniques* (2nd ed.). New Age International.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (M. O. Opresnik, Ed.; 17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan, Ed.; 14th ed.). Prentice Hall.
- Kuppelwieser, V. G., Klaus, P., Manthiou, A., & Hollebeek, L. D. (2022). The Role of Customer Experience in the Perceived Value–Word-of-Mouth Relationship. *Journal of Services Marketing*, 36(3), 364–378. <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2020-0447>
- Lin, X., Mamun, A. Al, Yang, Q., & Masukujjaman, M. (2023). Examining the Effect of Logistics Service Quality on Customer Satisfaction and Re-Use Intention. *PLOS ONE*, 18(5), 24–48. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286382>
- Nurhaen, H., Fatimah, S. E., & Maulany, S. (2023). The Effect of Consumer Confidence and Customer Experience on Consumer Satisfaction in Anteraja Cirebon SS Kedawang Expedition Services. *SINTESA*, 1(1), 1–8.
- Oliver, R. L. (1996). *Satisfaction: a Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 1(1), 116–129.
- Qasim, S., & Ali, U. A. (2024). Examining the Influence of Product Quality, Pricing, and Service Quality on Customer Satisfaction: Exploring the Moderating Role of Customer Value. *Market Force*, 19(2), 55–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.51153/mf.v19i2.677>
- Ridwan, A., & Muhajirin. (2022). Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen SiCepat Express Kota Bima. *Jurnal Satyagraha*, 4(2), 73–89.
- Rochaety, E., Ratih, T., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS* (2nd ed., Vol. 1). Mitra Wacana Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Shaliza, Z. A., Salma, M., & Sarinah, S. (2024). Analisis Pengaruh Price Fairness, Service Quality dan Trust Terhadap Customer Satisfaction. *Mutiara: Jurnal Ilmiah*

*Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 171–184. <https://doi.org/10.61404/jimi.v2i3.213>

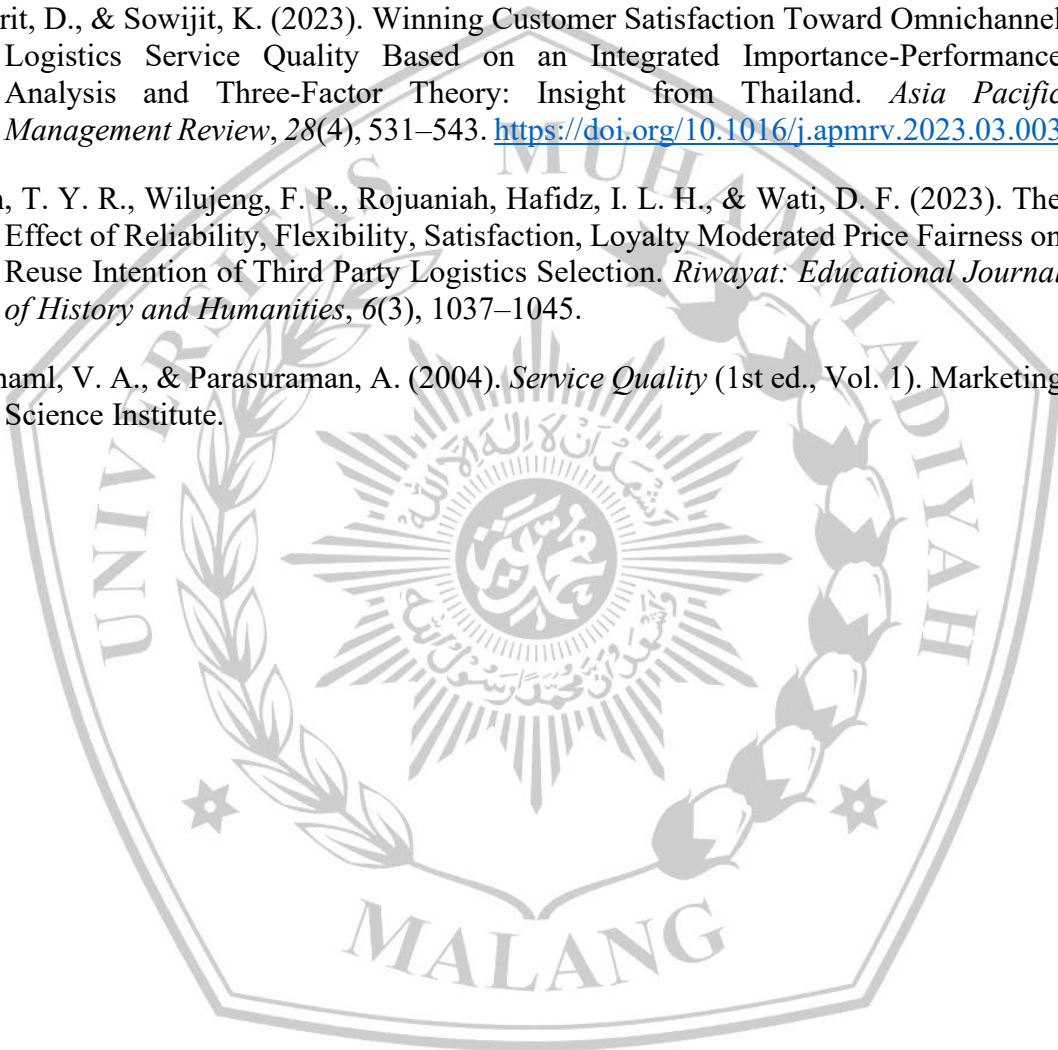
Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.

Sulistiyo, T., & Roosdhani, M. R. (2025). Service Quality And Price Fairness On Repurchase Decisions Through Mediation Of Customer Satisfaction. *Ekspektra: Journal Business & Management*, 9(1), 66–80. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v9i1.9718>

Sumrit, D., & Sowijit, K. (2023). Winning Customer Satisfaction Toward Omnichannel Logistics Service Quality Based on an Integrated Importance-Performance Analysis and Three-Factor Theory: Insight from Thailand. *Asia Pacific Management Review*, 28(4), 531–543. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.03.003>

Syah, T. Y. R., Wilujeng, F. P., Rojuaniah, Hafidz, I. L. H., & Wati, D. F. (2023). The Effect of Reliability, Flexibility, Satisfaction, Loyalty Moderated Price Fairness on Reuse Intention of Third Party Logistics Selection. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(3), 1037–1045.

Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (2004). *Service Quality* (1st ed., Vol. 1). Marketing Science Institute.



202010160311032  
Adhiba Elista Faren  
Prodi Manajemen



**Lembaga Informasi dan Publikasi**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
**Tanda Terima Cek Plagiasi**

Tanggal : 5/1/2026

Kode : 2836202018  
Nama : Adhiba Elista Faren  
NIM : 202010160311032  
Prodi : Manajemen  
Judul Penelitian : The influence of service quality and price fairness on customer satisfaction in using JNE delivery services  
Persentase Plagiasi : 3%  
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

