

*JNE Express Customer Satisfaction  
Viewed from Service Quality and Price*

*By Sahrul Awaludin Purba*

*Abstract*

*The shipping and courier service industry is currently striving to recover from the global economic changes caused by the Covid-19 pandemic, one of which is JNE Express, a renowned company in the parcel delivery service sector. At present, JNE is competing with its rivals amidst the economic changes post-pandemic, also known as the New Era. The purpose of this research is to analyze, understand, and prove the influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction at JNE Express. The data used in this study is quantitative, with the population being JNE customers above 17 years old. The sample consists of 96 respondents selected through purposive sampling method. The analysis technique used is Partial Least Square (PLS) version 4. The findings indicate that Service Quality significantly affects Customer Satisfaction, while Price does not significantly influence Customer Satisfaction.*

*Keywords: Services Quality, Price, Customer Satisfaction.*

# Kepuasan Pelanggan JNE Express Dilihat Dari Kualitas Layanan dan Harga

Oleh Sahrul Awaludin Purba

## Abstrak

Industri pengiriman barang dan jasa atau kurir sedang berusaha bangkit dari kondisi perubahan ekonomi global yang diakibatkan pandemi Covid-19, salah satunya adalah JNE Express yang merupakan perusahaan ternama dalam sektor jasa pengiriman barang, saat ini JNE tengah bersaing dengan kompetitornya ditengah perubahan ekonomi pasca pandemi alias *New Era*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis, mengetahui, dan membuktikan pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan populasi yakni pelanggan JNE dengan usia diatas 17 tahun. Dengan sampel sebanyak 96 respondendan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 4. Hasil yang didapatkan yaitu variabel Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan