

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG

Adrian K Tarigan¹, Diana Florenta Butar-Butar², Ben Setiawan³, Hendri Mayanta Tarigan⁴,
Jopinus Saragih⁵
Fakultas Ekonomi, Universitas Efarina^{1,2,3,4,5}

*Korespondensi: adriantarigan31@gmail.com, dianaflorentabutarbutar@gmail.com,
ben.unefa@gmail.com, jr.saragih68@gmail.com

Abstract

This article is the result of Literature Study/Library Rescarch, entitled “the effect of price and service quality on consumer satisfaction using freight forwarding services”. This study aims to answer there problems, namely: 1. Does the price have a significant effect on customet satisfaction using delivery services. 2. Does the quality of service have a significant effect on customer satisfaction using delivery service. 3. Does the price and service quality have a significant effect together on customer satisfaction using delivery services?.The research method used is literature research using historical methods in the hope that compilers can reveal the effect of price and service quality on customer satisfaction using freight forwarding services. Data collection is carried out using several sources and exploiting books, documents, the internet and other relevant sources. The study was analyzed using the bibliographic annotation analysis mthod.The results showed that price has a significant effect on customer satisfaction using delivery services. Service quality also has a significant effect on customer satisfaction using delivery servies. Collectively, price and service quality have a significant effect on customer satisfaction using delivery services. Between the two independent variables, there is one variable that most dominantly affects customer satisfaction, namely the price variable.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Artikel ini adalah hasil penelitian Studi Pustaka (Library Rescarch), yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Barang”. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga permasalahan yaitu : 1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang?. 2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang?. 3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang?.Metode penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kepustakaan dengan menggunakan metode historis dengan harapan agar penyusun dapat mengungkapkan tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa sumber dan mengeksploitasi buku-buku, dokumen, internet dan sumber-sumber lain yang relevan.Penelitian tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis anotasi bibliografi (anntated bibliography). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Secara bersama-sama harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Diantara dua variabel independen tersebut ada satu variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu variabel harga.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang sangat pesat dibandingkan dengan decade sebelumnya. Perkembangan pada sektor jasa dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai industry pada sektor jasa. Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dalam bentuk fisik dan konstruksi, yang digunakan pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atas pemecahan pada masalah yang dihadapi konsumen. Kotler, Killer dan Armstrong (2008:372) mendefenisikan jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Dalam skripsi Herwinda, 2017 (William J Stanton, 2000:220) “ mendefenisikan jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakikatnya bersifat tak teraba (intangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terkait pada penjualan produk atau jasa lain”. Dalam skripsi Herwinda, 2017 (Zeithaml dan Bitner, 2000:30) “menyatakan jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan berupa produk fisik, biasanya dikonsumsi secara bersamaan seiring dengan produksinya dan memberikan nilai tambah yang pada intinya bersifat tidak berwujud bagi pembeli”.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan diatas, penyusun berkesimpulan bahwa yang diartikan dengan jasa adalah “Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari perkembangan dan berbagai jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang.

Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba cepat, mudah, mobilitas tinggi, akses luas, dan kemudahan konsumsi atau belanja melalui jaringan e-business cenderung meningkat. Keberadaan penyediaan jasa pengiriman barang mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada di luar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan. Hal ini menjadikan jasa pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis.

Melihat banyaknya jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia, membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman barang yang cepat untuk digunakan. Melakukan survey terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu, kualitas pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, serta asuransi atau jaminan pengiriman yang ditawarkan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Persaingan dalam industry jasa pengiriman menjadi semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba membuat strategi yang tepat untuk diterapkan di pasar dan menjangkau konsumen. Selanjutnya, konsumen akan menentukan dan memutuskan untuk membeli jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Jasa pengiriman adalah suatu organisasi laba atau

perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam pengiriman. Pengiriman yang dilakukan berupa barang, paket dan dokumen dapat dikirim untuk tujuan domestic maupun internasional melalui jalur darat, laut dan udara.

Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Jasa pengiriman merupakan bagian dari kebutuhan konsumen, konsumen cenderung menggunakan sesuatu yang bersifat cepat, mudah, aman dan praktis dalam hal pengiriman barang. Kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta berkembangnya bisnis toko online menunjukkan tingginya antusiasme konsumen akan jasa pengiriman barang.

Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang ditawarkan maka hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.

“Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan oleh uang” dalam skripsi Herwinda, 2017 (Buchari Alma, 2002:125). Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa. Harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dimana harga berperan penting dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa. Dalam hal ini jasa pengiriman barang menetapkan harga sesuai dengan produk yang disajikan.

Kualitas pelayanan merupakan factor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Menurut Nasution (2004:47) dalam skripsi Muhammad Hafiz, 2016 “kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan menurut (J. Supranto, 2006:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di jasa pengiriman barang akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya.

Setelah konsumen merasa puas dengan jasa pengiriman barang yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas mereka akan menjadi konsumen tetap serta merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2001:9) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Kepuasan konsumen senantiasa menjadi satu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan di bidang jasa pengiriman barang. Dimana saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu penyusun tertarik untuk melakukan proposal skripsi dan studi literature dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Barang”.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Agar dapat berhasil dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harga secara tepat. Dalam skripsi Herwinda, 2017 (Kotler dan Armstrong 2008:345), “Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan produk atau jasa.

Dari sudut pemasaran, menurut Tjiptono (2007:151) mendefenisikan harga sebagai suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Defenisi lain “harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas sebuah produk atau jasa” dalam skripsi Rina, 2017 (Simamora, 2000:574). Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan memberikan pengaruh terhadap persepsi pembeli serta penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran pengganti untuk mutu produk manakala pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk yang kompleks.

Berdasarkan beberapa defenisi harga maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang diukur dengan uang yang dibebankan kepada pembeli atau konsumen untuk memperoleh barang atau jasa tersebut.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Keller (2009:143), kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan bersifat tetap. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Menurut Kotler (2002:83) defenisi 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.

Dalam skripsi Rina, 2017 (Lovelock, Wirtz, dan Mussry, 2010:154) mendefenisikan “kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan atau konsumen”. Dalam skripsi Herwinda, 2017 (Wyckof dalam Tjiptono, 2012:260) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan”. Pada prinsipnya, defenisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas berkaitan dengan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin hubungan yang menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Kepuasan Konsumen

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Dalam skripsi Herwinda, 2017 (Kotler dan Armstrong, 2001:9) “kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli”. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya dalam skripsi Herwinda, 2017 (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk dan jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. “Kekecewaan atau ketidakpuasan muncul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen” dalam skripsi Rina, 2017 (Engel, et al. dalam Tjiptono, 2011:433).

Dari defenisi para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterimanya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung membeli kembali produk dan juga akan memberikan penilaian yang baik tentang pelayanan perusahaan kepada orang lain.

METODE

Jenis Penelitian

Penyusunan proposal ini menggunakan penelitian kepustakaan (library research) karena diakibatkan masa pandemik COVID-19 yang membuat penyusun tidak diperbolehkan untuk meneliti langsung kelapangan. Penelitian kepustakaan (library research), yaitu serangkaian penelitian yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang objek penelitiannya digali melalui beragam informasi kepustakaan (buku, ensiklopedi, jurnal ilmiah, Koran, majalah dan dokumen).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah sebagaimana telah disebutkan diatas termasuk kedalam jenis studi literatur. Dengan demikian aspek-aspek yang peneliti analisis melingkupi defenisi, konsep, pandangan pemikiran dan argumentasi yang terdapat dalam literatur yang relevan dengan pembahasan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, Karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data (Sugiono, 2012:224). Teknik pengumpulan data yaitu :

1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data, dimana penelitian mencatat hasil informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Observasi melibatkan dua komponen yaitu sipelaku observasi atau observer, dan objek yang diobservasi atau absrever (Gulo, 2004:116).

2) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewe) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber-sumber dokumentasi yang terkait. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik.

4) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mencari referensi yang sesuai dengan topik yang diteliti. Studi pustaka digunakan sebagai penunjang dari kelengkapan data yang telah diambil dari sumber-sumber lain yang relevan.

Metode Analisis Data

Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis anotasi bibliografi (annotated bibliography). Anotasi berarti suatu kesimpulan sederhana dari suatu artikel, buku atau beberapa sumber tulisan yang lain, sedangkan bibliografi diartikan sebagai suatu data sumber dari suatu topik. Dari kedua defenisi tersebut, anotasi bibliografi diartikan sebagai suatu daftar sumber-sumber yang digunakan dalam suatu penelitian, dimana pada setiap sumbernya diberikan simpulan terkait dengan apa yang tertulis didalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Barang” dilakukan pengumpulan data. Data yang diperoleh melalui bahan tertulis seperti buku-buku, jurnal, makalah, skripsi atau karya ilmiah lainnya.

Sesuai dengan rancangan penelitian dan studi penelitian kepustakaan (library research). Maka dalam bab ini akan dilakukan analisis dan pembahasan data yang diperoleh dari Peneliti Terdahulu. Hasil penelitian akan digambarkan sesuai dengan tujuan hipotesis yang diajukan sebelumnya.

Hasil yang diperoleh dari peneliti terdahulu :

1) Skripsi Meli Satriani (2018)

Hasil yang didapat yaitu penelitian ini mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jalur nugraha ekakurir (JNE) cabang jambi, dimana yang mempengaruhi adalah harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga responden penelitian ini diambil dari konsumen yang telah melakukan pengiriman barang melalui JNE.

2) Skripsi Harwinda Lucky Kuswaraningtyas (2017)

Hasil yang didapat yaitu peneliti menguraikan berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden. Data yang telah terkumpul diperoleh dari hasil jawaban responden, hasil pengolahan data berupa informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen dipengaruhi oleh produk, harga dan kualitas pelayanan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya.

Pembahasan

Berdasarkan dokumentasi dan kajian teori yang penyusun dapat melalui penelitian terdahulu mengacu pada kesimpulan terhadap analisis yang dilakukan. Dalam pembahasan ini akan merujuk pada hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu (H1): Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. (H2): Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang. Dan (H3): Apakah harga dan kualitas pelayanan bersamasama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang.

Pembahasan hasil dari peneliti terdahulu yang sesuai dengan judul yang diangkat oleh penyusun :

a. Penyusun Meli Sastriani (2018)

1) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dijelaskan hal-hal berikut :

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Mohz Ghozali yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuisisioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan harga pada kepuasan konsumen di jasa pengiriman barang PT. JNE Cabang Jambi tergolong baik meliputi 4 indikator yaitu : Harga terjangkau, Harga bersaing, Sesuai dengan kualitas, dan Sesuai dengan manfaat. Maka tercipta Tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Pengujian Uji T Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|-----------------------------|---------------------------|---|------|
|-------|-----------------------------|---------------------------|---|------|

| | B | Std. Error | Beta | | |
|--------------------|-------|------------|------|-------|------|
| 1 (Constant) | 4.300 | 3.089 | | 1.392 | .167 |
| Harga | .451 | .128 | .324 | 3.512 | .001 |
| Kualitas pelayanan | .301 | .107 | .260 | 2.820 | .006 |

Sumber “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jaur nugraha ekakurir (JNE) cabnag jambi”Meli Satriani, 2018.

a. Dependent Variabel : Y

Dari tabel tersebut diperoleh nita untuk variabel harga sebesar 3,512 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien harga 0,451 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen berarti dapat diterima atau terbukti kebenarannya dan mendukung penelitian sebelumnya.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Yuda Ramadani yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuisioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan kualitas pelayanan berppengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di jasa pengiriman barang PT. JNE Cabang Jambi tergolong baik meliputi 5 indikator yaitu: Bukti langsung, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati. Maka tercipta Tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Pengujian Uji F ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 103.283 | 2 | 51.642 | 12.398 | .000 ^b |
| Residual | 404.027 | 97 | 4.165 | | |
| Total | 507.310 | 99 | | | |

Sumber “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jaur nugraha ekakurir (JNE) cabnag jambi”Meli Satriani,2018.

a. Predictors : (Constant), X2, X1

b. Dependent Variabel : Y

Diperoleh nilai untuk variabel kulaitas pelayanan sebesar 2,820 dengan nilai signifikan sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefesien kualitas pelayanan 0,301 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen berarti dapat diterima atau terbukti kebenarannya dan mendukung penelitian sebelumnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan pada pengujian harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di jasa pengiriman barang PT. JNE Cabang Jambi. Hasil Uji F (uji secara simultan) dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh dan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $12,398 > 2,70$ nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hal ini berarti bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian secara parsial (Uji T) untuk kedua variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang PT.JNE Cabang Jambi. Dapat disimpulkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,512 > 1,984$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,001 < 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,820 > 1,984$ dan signifikansi yang dihasilkan $0,006 < 0,05$. Maka hal ini bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Yang paling dominan berpengaruh signifikan dalam kepuasan konsumen adalah variabel harga yang dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,512 > 1,984$ dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Pengujian Uji R Square

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .451 ^a | .204 | .187 | 2.041 |

Sumber “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jaur nugraha ekakurir (JNE) cabnag jambi”Meli Satriani,2018.

a. Predictors : (Constant), X2 (Kualitas pelayanan), X1 (Harga)

Dilihat dari koefesien determinasi dapat diketahui bahwa secara bersamsama harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 20,4% sedangkan sisanya sebesar 79,6%. Sedangkan sisanya 79,6% nilai kepuasan konsumen dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Penyusun Herwinda Lucky Kuswaraningtyas (2017)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan harga dan kualitas pelayanan dan apakah ada pengaruh antara variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) secara sendiri-sendiri ataupun secara bersamasama terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).Berdasarkan hasil karakteristik responden diketahui bahwa responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebesar 55 orang.Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagian besar adalah SMA/Sederajat

sebesar 48 orang. Karakteristik berdasarkan pekerjaan sebagian besar pegawai swasta sebesar 32 orang. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pemakaian jasa JNE sebagian besar lebih dari 2 kali sebesar 93 orang. Penelitian ini dilakukan di JNE Klaten, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Setelah didapatkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, dan berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan didapatkan bahwa hasil variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman. Hal ini didapat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Uji T Variabel Harga Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 10.553 | 1.302 | | 8.108 | .000 |
| Harga | .312 | .090 | .330 | 3.462 | .001 |

Sumber “Pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada pelanggan PT.Jalur Nugraha Ekakurir cabang klaten” Herwinda Lucky Kuswaningtyas,2017.

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

Maka diperoleh hasil $t > t_{table}$ yaitu = 3,462 sedangkan $t_{table} = 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atas jasa pengiriman barang dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan.

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman barang. Hal ini dapat dilihat dari tabel :

Tabel 5. Uji T Variabel Kualitas Pelayanan\ Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6.908 | 1.678 | | 4.118 | .000 |
| Kualitas Pelayanan | .275 | .057 | .441 | 4.858 | .000 |

Sumber “Pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada pelanggan PT.Jalur Nugraha Ekakurir cabang klaten” Herwinda Lucky Kuswaningtyas,2017.

a. Dependent Variabel : Kepuasan Konsumen

Maka diperoleh hasil $t > t_{table}$ yaitu = 4,858 sedangkan $t_{table} = 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atas jasa pengiriman barang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator jaminan menunjukkan bahwa pihak jasa pengiriman barang memberikan pelayanan yang cepat dalam penanganan transaksi secara tepat dan teliti. Pengaruh indikator jaminan menunjukkan bahwa pihak jasa pengiriman barang dalam memberikan layanan berupa keamanan dan keselamatan akan barang, memberikan kepuasan kepada para konsumen. Sedangkan pengaruh dari indikator daya tanggap, ditunjukkan dengan cara memberikan pelayanan yang ramah, siap dan cepat.

Harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman barang dengan tingkat kesalahan 5%. Karena hasil dari hipotesis menjelaskan bahwa nilai lebih besar dari pada tingkat sig 0,000 maka dari itu bisa ditarik kesimpulan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa pengiriman barang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan pada pengujian harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di jasa pengiriman barang PT. JNE Cabang Klaten. Dari hasil analisis regresi linier berganda dan Uji F terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersamaan antara Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 6. Hasil Pengujian Uji R Square

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .462 ^a | .213 | .189 | 1.609 |

Sumber “Pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir cabang klaten” Herwinda Lucky Kuswaraningtyas, 2017.

a. Predictors : (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga

Hasil dari koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,213 atau (21,2%), ini berarti persentase pengaruh variabel Independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel Dependen (kepuasan konsumen PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Klaten) adalah 21,35% sedangkan sisanya 78,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan Studi Literatur (Library Research) yang telah dilakukan penyusum terhadap 3 judul skripsi terdahulu dan 2 jurnal maka diperoleh hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya. Dari hasil dan pembahasan tersebut penyusum memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Harga (X1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yang artinya bahwa jika harga terjangkau dan harga yang sesuai akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa harga

- (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang.
2. Variabel Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yang artinya bahwa jika kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen akan meningkat. Dengan demikian hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang.
 3. Variabel Harga (X1) dan Variabel Kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis 3 (H3) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2000. Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bustani, B., Khaddafi, M. ., & Nur Ilham, R. (2022). REGIONAL FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM OF REGENCY/CITY REGIONAL ORIGINAL INCOME IN ACEH PROVINCE PERIOD YEAR 2016-2020. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(3), 459–468. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v2i3.277>.
- Efnita, Titik. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengirim Paket Pada Kantor Pos. Indonesia Guguk Payakumbuh. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, Vol. 5, No. 1, April 2016.
- Falahuddin, F., Fuadi, . F., Munandar, M., Juanda, R. ., & Nur Ilham, R. . (2022). INCREASING BUSINESS SUPPORTING CAPACITY IN MSMES BUSINESS GROUP TEMPE BUNGONG NANGGROE KERUPUK IN SYAMTALIRA ARON DISTRICT, UTARA ACEH REGENCY. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(2), 65–68. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i2.313>.
- Geovani, I. ., Nurkhotijah, S. ., Kurniawan, H. ., Milanie, F., & Nur Ilham, R. . (2021). JURIDICAL ANALYSIS OF VICTIMS OF THE ECONOMIC EXPLOITATION OF CHILDREN UNDER THE AGE TO REALIZE LEGAL PROTECTION FROM HUMAN RIGHTS ASPECTS: RESEARCH STUDY AT THE OFFICE OF SOCIAL AND COMMUNITY EMPOWERMENT IN BATAM CITY. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v1i1.10>.
- Hafiz, Muhammad. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Herwinda. 2017. Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonomi*. Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta. <http://www.limapuluhkotakab.go.id/kecamatan/4/guguk.html> di akses tanggal 20 mei 2014.
- Ilham, Rico Nur. *et all* (2019). Comparative of the Supply Chain and Block Chains to Increase the Country Revenues via Virtual Tax Transactions and Replacing Future of Money. *International Journal of Suplly Management*. Volume 8 No.5 August 2019.
- Ilham, Rico Nur. *et all* (2019). Investigation of the Bitcoin Effects on the Country Revenues via Virtual Tax Transactions for Purchasing Management. *International Journal of Suplly Management*. Volume 8 No.6 December 2019.

- Kotler, Philip & Gary. Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. Lane. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Cetakan KetigaBelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT.Indeks. Kelompok Gramedia.
- Lasta Irawan, A. ., Briggs, D. ., Muhammad Azami, T. ., & Nurfaliza, N. (2021). THE EFFECT OF POSITION PROMOTION ON EMPLOYEE SATISFACTION WITH COMPENSATION AS INTERVENING VARIABLES: (Case Study on Harvesting Employees of PT. Karya Hevea Indonesia). *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.54443/ijset.v1i1.2>.
- Likdanawati, likdanawati, Yanita, Y., Hamdiah, H., Nur Ilham, R., & Sinta, I. (2022). EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT, WORK MOTIVATION AND LEADERSHIP STYLE ON EMPLOYEE PERFORMANCE OF PT. ACEH DISTRIBUS INDO RAYA. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 1(8), 377–382. <https://doi.org/10.54443/ijset.v1i8.41>.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Erlangga.
- Mahfud *et all* (2020). Developing a Problem-Based Learning Model through E-Learning for Historical Subjects to Enhance Students Learning Outcomes at SMA Negeri 1 Rogojampi. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 485 (2020) 012014* doi:10.1088/1755-1315/485/1/012014.
- Mahfud *et all* (2021). PEMANFAATAN TRADISI RESIK LAWON SUKU USING SEBAGAI SUMBER BELAJAR SEJARAH LOKAL PADA SMA DI BANYUWANGI. *Media Bina Ilmiah Vol.16 No.3 Oktober 2021*. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/1294/pdf>.
- Mahfud, M., Yudiana, I. K., & Sariyanto, S. (2022). HISTORY OF BANYUWANGI KALIKLATAK PLANTATION AND ITS IMPACT ON SURROUNDING COMMUNITIES. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(1), 91–104. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v3i1.492>.
- Majied Sumatrani Saragih, M. ., Hikmah Saragih, U. ., & Nur Ilham, R. . (2021). RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVATION AND EXTRINSIC MOTIVATION TO ICREASING ENTREPRENEURSHIP IMPLEMENTATION FROM SPP AL-FALAH GROUP AT BLOK 10 VILLAGE DOLOK MASIHUL. *MORFAI JOURNAL*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.54443/morfai.v1i1.11>.
- Meli.2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.Ekonomi dan Bisnis.Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin. Jambi
- Moenir, A. S. 2002. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mowen, J. C., & M. Minor. 2002. Perilaku Konsumen Jilid 1. (Terjemahan Lina Salim). Jakarta: Erlangga.
- Nur Ilham, R. ., Arliansyah, A., Juanda, R., Multazam, M. ., & Saifanur, A. . (2021). RELATHIONSIP BETWEEN MONEY VELOCITY AND INFLATION TO INCREASING STOCK INVESTMENT RETURN: EFFECTIVE STRATEGIC BY JAKARTA AUTOMATED TRADING SYSTEM NEXT GENERATION (JATS-NG) PLATFORM. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 1(1), 87–92. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v1i1.27>.

- Nur Ilham, R., Heikal, M. ., Khaddafi, M. ., F, F., Ichsan, I., F, F., Abbas, D. ., Fauzul Hakim Hasibuan, A. ., Munandar, M., & Chalirafi, C. (2021). Survey of Leading Commodities Of Aceh Province As Academic Effort To Join And Build The Country. *IRPITAGE JOURNAL*, 1(1), 13–18. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v1i1.19>.
- Nur Ilham, R., Arliansyah, A., Juanda, R. ., Sinta, I. ., Multazam, M. ., & Syahputri, L. . (2022). APPLICATION OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE PRINCIPLES IN IMPROVING BENEFITS OF STATE-OWNED ENTERPRISES (An Emperical Evidence from Indonesian Stock Exchange at Moment of Covid-19). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 2(5), 761–772. <https://doi.org/10.54443/ijeabas.v2i5.410>.
- Nur Ilham, R., Likdanawati, L., Hamdiah, H., Adnan, A., & Sinta, I. . (2022). COMMUNITY SERVICE ACTIVITIES “SOCIALIZATION AVOID STUDY INVESTMENT” TO THE STUDENT BOND OF SERDANG BEDAGAI. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(2), 61–64. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i2.312>.
- Rahmaniar, R., Subhan, S., Saharuddin, S., Nur Ilham, R. ., & Anwar, K. . (2022). THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURSHIP ASPECTS ON THE SUCCESS OF THE CHIPS INDUSTRY IN MATANG GLUMPANG DUA AND PANTON PUMP. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 1(7), 337–348. <https://doi.org/10.54443/ijset.v1i7.36>.
- Rico Nur Ilham, Irada Sinta, & Mangasi Sinurat. (2022). THE EFFECT OF TECHNICAL ANALYSIS ON CRYPTOCURRENCY INVESTMENT RETURNS WITH THE 5 (FIVE) HIGHEST MARKET CAPITALIZATIONS IN INDONESIA. *Jurnal Ekonomi*, 11(02), 1022–1035. Retrieved from <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/481>.
- Rina, Sukmawati. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonomi*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Sandi, H. ., Afni Yunita, N. ., Heikal, M. ., Nur Ilham, R. ., & Sinta, I. . (2021). RELATIONSHIP BETWEEN BUDGET PARTICIPATION, JOB CHARACTERISTICS, EMOTIONAL INTELLIGENCE AND WORK MOTIVATION AS MEDIATOR VARIABLES TO STRENGTHENING USER POWER PERFORMANCE: AN EMPERICAL EVIDENCE FROM INDONESIA GOVERNMENT. *MORFAI JOURNAL*, 1(1), 36–48. <https://doi.org/10.54443/morfai.v1i1.14>.
- Sarwono, Jhonatan. 2006. *Metode Penelitian*. Bandung: Gunung Agung.
- Simamora, H. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinta, I., Nur Ilham, R. ., Authar ND, M. ., M. Subhan, & Amru Usman. (2022). UTILIZATION OF DIGITAL MEDIA IN MARKETING GAYO ARABICA COFFEE. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(3), 103–108. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i3.467>.
- Sinurat, M. ., Heikal, M. ., Simanjuntak, A. ., Siahaan, R. ., & Nur Ilham, R. . (2021). PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE INTEREST WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A VARIABLE INTERVENING IN BLACK ONLINE STORE HIGH CLICK MARKET: Case Study on Customers of the Tebing Tinggi Black Market Online Store. *MORFAI JOURNAL*, 1(1), 13–21. <https://doi.org/10.54443/morfai.v1i1.12>.

- Sueni, Inten dan Permana. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Express Blangkejeren. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. 2, 2019 Mei: 330-345.
- Sugiyono.(2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Wayan Mertha, I. ., & Mahfud, M. (2022). HISTORY LEARNING BASED ON WORDWALL APPLICATIONS TO IMPROVE STUDENT LEARNING RESULTS CLASS X IPS IN MA AS'ADIYAH KETAPANG. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(5), 507–612. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v2i5.369>.
- Yusuf Iis, E., Wahyuddin, W., Thoyib, A., Nur Ilham, R., & Sinta, I. (2022). THE EFFECT OF CAREER DEVELOPMENT AND WORK ENVIRONMENT ON EMPLOYEE PERFORMANCE WITH WORK MOTIVATION AS INTERVENING VARIABLE AT THE OFFICE OF AGRICULTURE AND LIVESTOCK IN ACEH. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 2(2), 227–236. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v2i2.191>.

JUDUL ARTIKEL LENGKAP ANDA

Adrian K Tarigan¹, Diana Florenta Butar-Butar², Ben Setiawan³, Hendri
Mayanta Tarigan⁴, Jopinus Saragih⁵

