

# Persepsi Generasi Milenial Terhadap Kualitas Pelayanan Tracking System pada Jasa Pengiriman JNE

Abdul Hadi<sup>1</sup>, Resista Vikaliana<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Program Studi Manajemen Logistik, Institut Stiami, Jakarta  
Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55, Cempaka Putih, Jakarta Pusat, RT.5/RW.7, Galur, Kec. Johar Baru, Jakarta, Daerah Khusus  
Ibukota Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Teknologi Industri, Program Studi Teknik Logistik, Universitas Pertamina, Jakarta  
Jl. Teuku Nyak Arief, RT.7/RW.8, Simprug, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia  
Email: <sup>1</sup>alhady19@gmail.com, <sup>2,\*</sup>resista.vikaliana@universitaspertamina.ac.id  
Email Penulis Korespondensi: resista.vikaliana@universitaspertamina.ac.id

**Abstrak**—Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang atau logistik yang memanfaatkannya adalah PT Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Tidak hanya tentang pelayanan, perusahaan logistik juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang yang dilakukan, waktu pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga dapat tiba ditangan konsumen itu sendiri. Penelitian bertujuan untuk Mengetahui pengaruh kualitas layanan tracking system pada jasa pengiriman JNE terhadap kepuasan generasi milenial di Kabupaten Bekasi dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan pada jasa pengiriman JNE terhadap kepuasan generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Pengambilan data dilakukan dengan teknik kuesioner, observasi dan studi keperpustakaan. Sedangkan, data yang dikumpulkan dianalisis dengan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis T. Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu persepsi generasi milenial pada variabel persepsi terhadap layanan tracking system yang memberikan pengalaman untuk mengetahui posisi barang sudah sangat baik. Terlihat dari nilai yang diperoleh yaitu 4,22 dengan interpretasi sangat baik. Sikap/attitude kurir JNE pada variabel persepsi juga menunjukkan nilai yang baik yaitu 4,13 dengan interpretasi yang baik. Kualitas layanan pada JNE masih kurang, terlihat dari indikator fasilitas yang disediakan JNE dengan nilai 3,57 walaupun interpretasi baik tapi masih harus ditingkatkan agar lebih baik dari kompetitor.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan; Tracking System; JNE; Generasi Milenial

**Abstract**—One of the freight forwarding or logistics service companies that utilizes it is PT Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Not only about service, logistics companies must also pay attention to the timeliness of delivery of goods that are carried out, delivery time is the period of time the customer orders the product until it arrives in the hands of the consumer himself. The research aims to determine the effect of the quality of the tracking system service on JNE delivery services on the satisfaction of the millennial generation in Bekasi Regency and to study the effect of service quality on JNE delivery services on the satisfaction of the millennial generation in Bekasi Regency. Data collection was carried out using questionnaires, observation and library research. While the data collected was analyzed by validity test, reliability test, normality test, simple linear regression test, correlation coefficient test, coefficient of determination test and hypothesis test T. The results of the research conducted were the perception of the millennial generation on the variable perception of the service tracking system that provide experience to know the position of the goods is very good. It can be seen from the value obtained, which is 4.22 with a very good interpretation. The attitude of the JNE courier on the perception variable also shows a good value of 4.13 with a good interpretation. The quality of service at JNE is still lacking, as can be seen from the indicator of the facilities provided by JNE with a value of 3.57, although the interpretation is good, it still needs to be improved so that it is better than its competitors.

**Keywords:** Service Quality; Tracking System; JNE; Millennial Generation

## 1. PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini yang sedang mengalami persaingan cukup ketat, terutama dibidang jasa pengiriman barang (Yanottama & Nahry, 2020). Hal ini terjadi karena laju pertumbuhan perekonomian dan perkembangan teknologi yang semakin cepat. Di Indonesia sendiri saat ini sudah ada beberapa jasa pengiriman barang yang bisa dipilih oleh konsumen, seperti PT Pos Indonesia, JNE, J&T, TIKI, Sicepat, dan lainnya, sehingga konsumen mempunyai pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan budget yang ada (Firdhausa et al., 2021; Vikaliana, 2018).

Perkembangan teknologi sangat berpengaruh dalam pengembangan bisnis online, dengan adanya teknologi memudahkan semua orang untuk mengakses menggunakan HP ataupun laptop untuk berbelanja secara online (Vikaliana, 2021; Wibowo, 2016). Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang atau logistik yang memanfaatkannya adalah PT Titipan Kilat Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Tidak hanya tentang pelayanan, perusahaan logistik juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang yang dilakukan, waktu pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga dapat tiba di tangan konsumen itu sendiri. Kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan (Priambodo et al., 2022; Vikaliana, 2018).

Terdapat beberapa cara yang dilakukan JNE untuk mengantisipasi atau memperkecil persepsi akan resiko yang dihadapi, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki JNE dengan menghadirkan layanan sistem tracking (penelusuran/pelacakan) barang secara online yang dapat diakses melalui website resmi JNE ([jne.co.id](http://jne.co.id)).

Pada tahun 2020 JNE Express berhasil meraih penghargaan Indonesia Milenial's Top Brand Award 2020. Menurut Strauss dalam bukunya yang berjudul Millenials Rising: The Next Great Generation (2000), generasi milenial adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1982 hingga tahun 2000. Mereka Disebut generasi milenial karena mereka generasi yang hidup pada pergantian Milenium dan secara bersamaan di era teknologi digital mulai merasuk ke

segala sendi kehidupan. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai dengan meningkatnya penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar (Ali & Purwandi, 2017; Lidwina, 2021). Dengan menggunakan perangkat tersebut mereka mampu melakukan apapun dari sekedar berkirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis online hingga memesan jasa transportasi online (Saputra & Murniasih, n.d.). Berdasarkan Direktur Riset Katadata, Mulya Ari mengatakan konsumen generasi Z dan generasi milenial berkontribusi sebesar 80% dari total transaksi e-commerce pada tahun 2019, meskipun didominasi milenial, konsumen e-commerce juga berasal dari lintas generasi (Tempo.co, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui pengaruh kualitas layanan tracking system pada jasa pengiriman JNE terhadap kepuasan generasi milenial di Kabupaten Bekasi dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan pada jasa pengiriman JNE terhadap kepuasan generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, pada penelitian ini menyadari peran penting perusahaan jasa pengiriman saat ini serta bermunculannya bisnis online yang mengandalkan perusahaan jasa pengiriman dan pentingnya sebuah layanan yang berbasis online untuk mempertahankan pelanggan dan menarik loyalitas pelanggan. Dikarenakan permasalahan awal konsumen kesulitan untuk mengetahui posisi barang dan waktu yang terkadang tidak tepat dalam perjanjian pengiriman.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Creswell, 2014).

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik kuesioner, teknik observasi dan studi kepustakaan. Teknik sampling adalah suatu teknik untuk menentukan sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan yaitu populasi dan sampel (Nurhasanah & Vikaliana, 2021). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik pengambilan sampel dengan Teknik Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Santosa, 2018). Sehingga, dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah 96. Dalam melakukan teknik observasi, penulis melakukan pengamatan langsung pada Generasi Milenial di wilayah Cikarang Kabupaten Bekasi.

Sedangkan, data yang telah diambil akan dianalisis menggunakan beberapa jenis pengujian yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis t. Pengujian tersebut, dibantu dengan software SPSS versi 26 (Vikaliana & Irwansyah, 2019).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Penelitian

#### 3.1.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden memberikan gambaran mengenai karakteristik responden, tempat dilakukannya penelitian, jumlah keseluruhannya 96 responden, bahwa 96 responden ini pernah menggunakan jasa pengiriman barang di JNE dalam melakukan transaksi jual beli online. Penyajian deskripsi responden dalam penelitian ini dapat dilihat berikut ini :

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	45	46,9%
Perempuan	51	53,1%

Tabel diatas menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki – laki sebanyak 45 responden atau 46,9% responden dan jenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden atau 53,1%. Jumlah keseluruhannya sebanyak 96 responden atau 100% responden. Sesuai dengan hasil karakteristik bahwa 96 responden ini pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE.

**Tabel 2.** Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<20 tahun	7	7,3%
21-30 tahun	88	91,7%
31-40 tahun	1	1%

Tabel 2. diatas menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia <20 tahun sebanyak 7 responden atau 7,3% responden, usia 21-30 tahun sebanyak 88 responden atau 91,7% responden dan usia 31-40 tahun sebanyak 1 responden atau 1% responden. Jumlah keseluruhannya sebanyak 96 responden atau 100% responden.

### 3.1.2 Deskriptif Variabel X (Persepsi)

Dalam variabel promosi pada kuesioner peneliti terdapat 3 dimensi dengan 7 pernyataan yaitu:

#### 3.1.2.1 Pelaku persepsi

Penilaian variabel persepsi dari dimensi pelaku persepsi mendapat nilai responden sebagai berikut :

**Tabel 3.** Sikap/Attitude Kurir JNE Menunjukkan Kinerja yang Baik Bagi Perusahaan

No.	Alternatif Jawaban	F	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	27	28,1%	5	135
2.	Setuju	60	62,5%	4	240
3.	Kurang setuju	6	6,3%	3	18
4.	Tidak Setuju	1	1%	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>397</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{397}{96} = 4,13$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 27 responden atau 28,1% mengatakan sangat setuju, 60 responden atau 62,5% mengatakan setuju, 6 responden atau 6,1% mengatakan kurang setuju, 1 responden atau 1% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Sikap/attitude kurir JNE menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk Sikap/attitude kurir JNE menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan yaitu sebesar 4,13 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

**Tabel 4.** Tracking System pada Pelayanan JNE Memberikan Pengalaman untuk Mengetahui Posisi Barang

No.	Alternatif Jawaban	F	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	35	36,5%	5	175
2.	Setuju	53	55,2%	4	212
3.	Kurang setuju	5	5,2%	3	15
4.	Tidak Setuju	1	1%	2	2
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>406</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{406}{96} = 4,22$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 35 responden atau 36,5% mengatakan sangat setuju, 53 responden atau 55,2% mengatakan setuju, 5 responden atau 5,2% mengatakan kurang setuju, 1 responden atau 1% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Tracking system pada pelayanan JNE memberikan pengalaman untuk mengetahui posisi barang**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk Tracking system pada pelayanan JNE memberikan pengalaman untuk mengetahui posisi barang yaitu sebesar 4,22 termasuk kedalam skala 4,21 – 5,00 yang ber kriteria sangat baik.

**Tabel 5.** Tracking System pada Layanan JNE Sudah Sesuai Pengharapan dalam Mengetahui Posisi Barang

No.	Alternatif Jawaban	f	%	x	f(x)
1.	Sangat Setuju	24	25%	5	120
2.	Setuju	57	59,4%	4	228
3.	Kurang setuju	12	12,5%	3	36
4.	Tidak Setuju	2	2,1%	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	1	1
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>389</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{389}{96} = 4,05$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 24 responden atau 25% mengatakan sangat setuju, 57 responden atau 59,4% mengatakan setuju, 12 responden atau 12,5% mengatakan kurang setuju, 2 responden atau 2,1% mengatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Tracking system pada layanan JNE sudah sesuai pengharapan dalam mengetahui posisi barang**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk Tracking system pada layanan JNE sudah sesuai pengharapan dalam mengetahui posisi barang yaitu sebesar 4,05 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

#### 3.1.2.2 Penilaian variabel persepsi dari dimensi target persepsi

Nilai responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Apakah Tracking System JNE Merupakan Hal Baru Bagi Jasa Pengiriman Barang

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	11	11,5%	5	55
2.	Setuju	32	33,3%	4	128
3.	Kurang setuju	33	34,4%	3	99
4.	Tidak Setuju	13	13,5%	2	26
5.	Sangat Tidak Setuju	7	7,3%	1	7
<b>JUMLAH</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>315</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{315}{96} = 3,28$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 11 responden atau 11,5% mengatakan sangat setuju, 32 responden atau 33,3% mengatakan setuju, 33 responden atau 34,4% mengatakan kurang setuju, 13 responden atau 13,5% mengatakan tidak setuju, dan 7 responden atau 7,3% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah Tracking system JNE merupakan hal baru bagi jasa pengiriman barang**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk Apakah Tracking system JNE merupakan hal baru bagi jasa pengiriman barang yaitu sebesar 3,28 termasuk kedalam skala 2,61 – 3,40 yang ber kriteria cukup baik.

Tabel 7. Apakah Anda Harus Mengetahui Latar Belakang Jasa Pengirim Barang JNE Sebelum Menggunakan Jasanya

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	26	27,1%	5	130
2.	Setuju	33	34,4%	4	132
3.	Kurang setuju	28	29,1%	3	84
4.	Tidak Setuju	7	7,3%	2	14
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
<b>JUMLAH</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>362</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{362}{96} = 3,77$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 26 responden atau 27,1% mengatakan sangat setuju, 33 responden atau 34,4% mengatakan setuju, 28 responden atau 29,1% mengatakan kurang setuju, 7 responden atau 7,3% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah anda harus mengetahui latar belakang jasa pengiriman barang JNE sebelum menggunakan jasanya**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk Apakah Tracking system JNE merupakan hal baru bagi jasa pengiriman barang yaitu sebesar 3,77 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

3.1.2.3 Penilaian variabel persepsi dari dimensi situasi mendapat nilai responden sebagai berikut;

Tabel 8. Apakah Jarak Mempengaruhi Biaya Pengiriman

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	48	50%	5	240
2.	Setuju	38	39,6%	4	152
3.	Kurang setuju	7	7,3%	3	21
4.	Tidak Setuju	0		2	0
5.	Sangat Tidak Setuju	3	3,1%	1	3
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>416</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{416}{96} = 4,33$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 48 responden atau 50% mengatakan sangat setuju, 38 responden atau 39,6% mengatakan setuju, 7 responden atau 7,3% mengatakan kurang setuju, 0 responden mengatakan tidak setuju, dan 3 responden atau 3,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah jarak mempengaruhi biaya pengiriman**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk Apakah jarak mempengaruhi biaya pengiriman yaitu sebesar 4,33 termasuk kedalam skala 4,21 – 5,00 yang ber kriteria sangat baik.

Tabel 9. Apakah Fasilitas Keadaan/Tempat Kerja di JNE Sudah Memadai

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	15	15,6%	5	75
2.	Setuju	55	57,3%	4	220
3.	Kurang setuju	17	17,7%	3	51
4.	Tidak Setuju	7	7,3%	2	14
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>362</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{362}{96} = 3,77$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 15 responden atau 15,6% mengatakan sangat setuju, 55 responden atau 57,3% mengatakan setuju, 17 responden atau 17,7% mengatakan kurang setuju, 7 responden atau 7,3% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah fasilitas keadaan/tempat kerja di JNE sudah memadai**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa

hasil interpretasi angka untuk **Apakah fasilitas keadaan/tempat kerja di JNE sudah memadai** yaitu sebesar 3,77 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

**Tabel 10.** Rekapitulasi Variabel Persepsi

No.	Pernyataan	Nilai	Interpretasi
1.	Sikap/attitude kurir JNE menunjukkan kinerja yang baik bagi perusahaan.	4,13	Baik
2.	Tracking system pada pelayanan JNE memberikan pengalaman untuk mengetahui posisi barang	4,22	Sangat baik
3.	Tracking system pada layanan JNE sudah sesuai pengharapan dalam mengetahui posisi barang	4,05	Baik
4.	Apakah Tracking system JNE merupakan hal baru bagi jasa pengiriman barang	3,28	Cukup baik
5.	Apakah anda harus mengetahui latar belakang jasa pengiriman barang JNE sebelum menggunakan jasanya	3,77	Baik
6.	Apakah jarak mempengaruhi biaya pengiriman	4,33	Sangat baik
7.	Apakah fasilitas keadaan/tempat kerja di JNE sudah memadai	3,77	Baik
<b>Jumlah</b>		<b>27,55</b>	
<b>Rata-rata</b>		<b>3,93</b>	<b>Baik</b>

Dari tabel diatas perhitungan rekapitulasi memperoleh Interpretasi keseluruhan pernyataan indikator **sangat baik**, Mempunyai nilai tertinggi yang diperoleh oleh pernyataan Indikator **Apakah jarak mempengaruhi biaya pengiriman** yang berjumlah 4,33 dan nilai terendah yang memperoleh pernyataan indikator **Apakah Tracking system JNE merupakan hal baru bagi jasa pengiriman barang** yang berjumlah 3,28. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk variabel Persepsi yaitu sebesar 3,93 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria **baik**.

### 3.1.3 Deskriptif Variabel Y (kualitas Layanan)

Dalam variabel Kualitas Layanan pada kuesioner peneliti terdapat 5 dimensi dengan jumlah 10 pernyataan.

#### 3.1.3.1 Bukti langsung

Penilaian variabel kualitas layanan dari dimensi bukti langsung, mendapat nilai responden sebagai berikut.

**Tabel 11.** Apakah Fasilitas yang Disediakan JNE Lebih Baik Dari Kompetitornya

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	8	8,3%	5	40
2.	Setuju	50	52,1%	4	200
3.	Kurang setuju	30	31,3%	3	90
4.	Tidak Setuju	5	5,2%	2	10
5.	Sangat Tidak Setuju	3	3,1%	1	3
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>			<b>343</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{343}{96} = 3,57$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 8 responden atau 8,3% mengatakan sangat setuju, 50 responden atau 52,1% mengatakan setuju, 30 responden atau 31,3% mengatakan kurang setuju, 5 responden atau 5,2% mengatakan tidak setuju, dan 3 responden atau 3,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah fasilitas yang disediakan JNE lebih baik dari kompetitornya**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Apakah fasilitas yang disediakan JNE lebih baik dari kompetitornya** yaitu sebesar 3,57 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

**Tabel 12.** Apakah Kinerja Karyawan Sudah Sesuai Keinginan Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	9	9,4%	5	45
2.	Setuju	58	60,4%	4	232
3.	Kurang setuju	22	22,9%	3	66
4.	Tidak Setuju	6	6,3%	2	12
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>356</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{356}{96} = 3,70$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 9 responden atau 9,4% mengatakan sangat setuju, 58 responden atau 60,4% mengatakan setuju, 22 responden atau 22,9% mengatakan kurang setuju, 6 responden atau 6,3% mengatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indicator **Apakah kinerja**



**karyawan sudah sesuai keinginan pelanggan.** Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Apakah kinerja karyawan sudah sesuai keinginan pelanggan** yaitu sebesar 3,70 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

**Tabel 13.** JNE Merupakan Jasa Pengiriman Barang Terpercaya

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	20	20,8%	5	100
2.	Setuju	53	55,2%	4	212
3.	Kurang setuju	17	17,7%	3	51
4.	Tidak Setuju	4	4,2%	2	8
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>373</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{373}{96} = 3,88$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 20 responden atau 20,8% mengatakan sangat setuju, 53 responden atau 55,2% mengatakan setuju, 17 responden atau 17,7% mengatakan kurang setuju, 4 responden atau 4,2% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indicator **JNE merupakan jasa pengiriman barang terpercaya.** Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **JNE merupakan jasa pengiriman barang terpercaya** yaitu sebesar 3,88 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

**Tabel 14.** Dengan Adanya Layanan Antar Jemput Paket ke Pelanggan JNE Memudahkan Pelanggan Dalam Memilih Jasa Pengiriman Barang

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	30	31,3%	5	150
2.	Setuju	54	56,3%	4	216
3.	Kurang setuju	10	10,4%	3	30
4.	Tidak Setuju	0	0	2	0
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>398</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{398}{96} = 4,14$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 30 responden atau 31,3% mengatakan sangat setuju, 54 responden atau 56,3% mengatakan setuju, 10 responden atau 10,4% mengatakan kurang setuju, 0 responden atau 0% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indicator **Dengan adanya layanan antar jemput paket ke pelanggan JNE memudahkan pelanggan dalam memilih jasa pengiriman barang** Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Dengan adanya layanan antar jemput paket ke pelanggan JNE memudahkan pelanggan dalam memilih jasa pengiriman barang** yaitu sebesar 4,14 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

**Tabel 15.** Sikap Karyawan JNE yang Menanyakan Mengenai Kepuasan Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	20	20,8%	5	100
2.	Setuju	53	55,2%	4	212
3.	Kurang setuju	16	16,7%	3	48
4.	Tidak Setuju	6	6,3%	2	12
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>373</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{373}{96} = 3,88$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 20 responden atau 20,8% mengatakan sangat setuju, 53 responden atau 55,2% mengatakan setuju, 16 responden atau 16,7% mengatakan kurang setuju, 6 responden atau 6,3% mengatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Sikap karyawan JNE yang menanyakan mengenai kepuasan pelanggan.** Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Sikap karyawan JNE yang menanyakan mengenai kepuasan pelanggan** yaitu sebesar 3,88 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang ber kriteria baik.

**Tabel 16.** Apakah JNE Menjamin Kualutas Layanannya

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	17	17,7%	5	85
2.	Setuju	53	55,2%	4	212
3.	Kurang setuju	22	22,9%	3	66
4.	Tidak Setuju	3	3,1%	2	6
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>370</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{370}{96} = 3,85$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 17 responden atau 17,7% mengatakan sangat setuju, 53 responden atau 55,2% mengatakan setuju, 22 responden atau 22,9% mengatakan kurang setuju, 3 responden atau 3,1% mengatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah JNE menjamin kualitas layanannya**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Apakah JNE menjamin kualitas layanannya** yaitu sebesar 3,85 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

Tabel 17. Apakah JNE Menjamin Keamanan Barang

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	23	24%	5	115
2.	Setuju	47	49%	4	188
3.	Kurang setuju	19	19,8%	3	57
4.	Tidak Setuju	6	6,3%	2	12
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>373</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{373}{96} = 3,88$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 23 responden atau 24% mengatakan sangat setuju, 47 responden atau 49% mengatakan setuju, 19 responden atau 19,8% mengatakan kurang setuju, 6 responden atau 6,3% mengatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah JNE menjamin keamanan barang**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Apakah JNE menjamin keamanan barang** yaitu sebesar 3,88 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

Tabel 18. Apakah JNE Menjamin Ketepatan Waktu Pengiriman

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	13	13,5%	5	65
2.	Setuju	51	53,1%	4	204
3.	Kurang setuju	26	27,1%	3	78
4.	Tidak Setuju	5	5,2%	2	10
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>358</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{358}{96} = 3,72$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 13 responden atau 13,5% mengatakan sangat setuju, 51 responden atau 53,1% mengatakan setuju, 26 responden atau 27,1% mengatakan kurang setuju, 5 responden atau 5,2% mengatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Apakah JNE menjamin ketepatan waktu pengiriman**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Apakah JNE menjamin ketepatan waktu pengiriman** yaitu sebesar 3,72 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

Tabel 19. Pihak Perusahaan JNE Langsung Menanyakan Secara Langsung Mengenai Kepuasan Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	12	12,5%	5	60
2.	Setuju	43	44,8%	4	172
3.	Kurang setuju	29	30,2%	3	87
4.	Tidak Setuju	10	10,4%	2	20
5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>341</b>

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{341}{96} = 3,55$$

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 12 responden atau 12,5% mengatakan sangat setuju, 43 responden atau 44,8% mengatakan setuju, 29 responden atau 30,2% mengatakan kurang setuju, 10 responden atau 10,4% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Pihak perusahaan JNE langsung menanyakan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Pihak perusahaan JNE langsung menanyakan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan** yaitu sebesar 3,55 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

Tabel 20. Kurir JNE Menghubungi Para Pelanggannya Saat Melakukan Pengiriman Barang ke Alamat yang Dituju

No.	Alternatif Jawaban	f	%	X	f(x)
1.	Sangat Setuju	41	42,7%	5	205
2.	Setuju	39	40,6%	4	156
3.	Kurang setuju	10	10,4%	3	30
4.	Tidak Setuju	4	4,2%	2	8

$$M = \frac{\sum f(x)}{n} = \frac{401}{96} = 4,17$$

5.	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%	1	2
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>		<b>401</b>

Dari perhitungan tabel diatas menjelaskan bahwa 12 responden atau 12,5% mengatakan sangat setuju, 43 responden atau 44,8% mengatakan setuju, 29 responden atau 30,2% mengatakan kurang setuju, 10 responden atau 10,4% mengatakan tidak setuju, dan 2 responden atau 2,1% responden yang mengatakan sangat tidak setuju terhadap indikator **Kurir JNE menghubungi para pelanggannya saat melakukan pengiriman barang ke alamat yang dituju**. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk **Kurir JNE menghubungi para pelanggannya saat melakukan pengiriman barang ke alamat yang dituju** yaitu sebesar 4,14 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria baik.

Tabel 21. Rekapitulasi Variabel Kualitas Layanan

No.	Pernyataan	Nilai	Interprestasi
1.	Apakah fasilitas yang disediakan oleh JNE lebih baik dari kompetitornya	3,57	Baik
2.	Apakah kinerja karyawan sudah sesuai keinginan pelanggan	3,70	Baik
3.	JNE merupakan jasa pengiriman barang terpercaya	3,88	Baik
4.	Dengan adanya layanan antar jemput paket ke pelanggan JNE memudahkan pelanggan dalam memilih jasa pengiriman barang	4,14	Baik
5.	Sikap karyawan JNE yang menanyakan mengenai kepuasan pelanggan	3,88	Baik
6.	Apakah JNE menjamin kualitas layanannya	3,85	Baik
7.	Apakah JNE menjamin keamanan barang	3,88	Baik
8.	Apakah JNE menjamin ketepatan waktu pengiriman	3,72	Baik
9.	Pihak perusahaan JNE langsung menanyakan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan	3,55	Baik
10.	Kurir JNE menghubungi para pelanggannya saat melakukan pengiriman barang ke Alamat yang dituju	4,17	Baik
	<b>Jumlah</b>	<b>38,34</b>	
	<b>Rata – rata</b>	<b>3,83</b>	<b>Baik</b>

Dari tabel diatas perhitungan rekapitulasi memperoleh Interpretasi keseluruhan pernyataan indikator **sangat baik**, Mempunyai nilai tertinggi yang diperoleh oleh pernyataan Indikator **Kurir JNE menghubungi para pelanggannya saat melakukan pengiriman barang ke Alamat yang dituju** yang berjumlah 4,17 dan nilai terendah yang memperoleh pernyataan indikator **Apakah fasilitas yang disediakan oleh JNE lebih baik dari kompetitornya** yang berjumlah 3,57. Jadi pada skala interval ini telah menentukan bahwa hasil interpretasi angka untuk variabel Kualitas layanan yaitu sebesar 3,83 termasuk kedalam skala 3,41 – 4,20 yang berkriteria **baik**

### 3.2 Hipotesis

#### 3.2.1 Uji Normalitas Data

Tabel 22. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,14359613
Most Extreme Differences	Absolute	,126
	Positive	,065
	Negative	-,126
Test Statistic		,126
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		,089
Point Probability		,000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan uji normalitas K-S/ Kolmogorov-Smirnov diatas, terlihat signifikansi adalah 0,89. Nilai signifikansi masing – masing variabel yang di uji tersebut >0,05, maka dapat disimpulkan pada normalitas data memiliki data yang sama dengan distribusi normal.



3.2.2 Uji Korelasi

Tabel 23. Hasil Perhitungan Koefosen Korelasi

Correlations			
PERSEPSI KUALITAS LAYANAN			
PERSEPSI	Pearson Correlation	1	,768**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	96	96
KUALITAS LAYANAN	Pearson Correlation	,768**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil perhitungan tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai Koefisien Korelasi (R) adalah 0,756. Nilainya dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian sebagai korelasi sangat kuat. Menurut Sarwono (2006), ketentuan koefisien korelasi (r) dapat diketahui melalui interpretasi yaitu :

- 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel.
- >0 – 0,25 : Korelasi sangat lemah.
- >0,25 – 0,5 : Korelasi cukup.
- >0,5 – 0,75 : Korelasi kuat.
- >0,75 – 0,99 : Korelasi sangat kuat.
- 1 : Korelasi sempurna.

3.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 24. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 <sup>a</sup>	,589	,585	4,166

a. Predictors: (Constant), X

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan nilai R<sup>2</sup> = 0,589 artinya variabel Persepsi (X) dapat menerangkan atau menjelaskan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 58,9% sisanya sebesar 41,1% (dari perhitungan 100% -58,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model atau persamaan pada penelitian ini.

3.2.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 25. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,421	3,040			1,125	,263
PERSEPSI	1,268	,109	,768		11,617	,000

a. Dependent Variable: KUALITAS LAYANAN

Dari hasil uji Regresi Linier Sederhana diatas pada bagian kolom B mendapatkan persamaan regresi linier berganda.

$$Y = 3,421 + 1,268X \tag{1}$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X = Promosi

Nilai a = 3,421 yaitu konstanta. Yang memiliki arti apabila variabel persepsi (X) sama dengan satu, maka kualitas layanan (Y) sebesar 3,421. Bahwa besarnya koefisien regresi Persepsi (X) diperoleh 1,265 nilainya positif. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi (X) mempengaruhi kualitas layanan (Y) dan meningkat sebesar 1,265 . Dan sebaliknya, jika persepsi (X) dikurangi, diikuti dengan penurunan kualitas layanan (Y) 1,015.

3.2.5 Uji T

Tabel 26. Hasil Uji Hipotesis T

Uji Hipotesis t						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,421	3,040			1,125	,263

Uji Hipotesis t					
Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	Std. Error	T	Sig.
PERSEPSI	1,268	,768	,109	11,617	,000

a. Dependent Variable: KUALITAS LAYANAN

Berdasarkan tabel diatas menunjukkann variabel persepsi (x) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,617. Nilai  $t_{tabel}$  yang merupakan standar untuk mengambil keputusan pada hipotesis dicari dengan menentukan df. Nilai  $df=n-k$ , n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah semua variabel dalam penelitian ini ( $df=n-k=96-2=94$ ), diperoleh nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,660. Dari penelitian ini memiliki hipotesis yaitu :

$H_0$ = Tidak ada hubungan yang signifikan antara Persepsi dengan Kualitas Layanan.

$H_1$ = Hubungan yang signifikan antara Persepsi terhadap Kualitas Layanan.

Hasil analisis dapat dikatakan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11,617 > 1,660$ ). Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima atau ada hubungan yang signifikan antara Persepsi terhadap Kualitas Layanan.

### 3.3 Pembahasan

Peneliti membuat pembuktian untuk mengetahui besar pengaruh variabel Persepsi terhadap kualitas layanan. Rekapitulasi Persepsi, dari variabel Persepsi mendapatkan hasil rata – rata adalah sebesar 3,93, hal ini dinilai baik, namun sayangnya masih ada 3 indikator yang nilainya di bawah rata – rata. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi yang diterima dari responden agar jasa pengiriman barang lebih meningkatkan kualitas layanannya. Dikarenakan masih ada beberapa indikator yang berada dibawah rata-rata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Rachman & Ariyanti, 2018) tentang positioning marketplace berdasarkan persepsi generasi milenial. Sedangkan hasil rekapitulasi dari kualitas layanan sebesar 3,83 dengan nilai baik. Tetapi ada 4 indikator yang nilai ya masih di bawah rata-rata. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh persepsi terhadap kualitas layanan cukup berpengaruh karena hanya 7 indikator atau 41% yang berada dibawah nilai rata-rata.

Berdasarkan hasil uji tersebut peneliti mendapat hasil uji hipotesis yang mengatakan nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,768. Bahwa nilai tersebut mengatakan pengaruh variabel persepsi terhadap kualitas layanan pada JNE adalah sangat kuat. Sedangkan koefisien derteminasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai  $R^2 = 0,589$  artinya variabel persepsi (X) dapat menerangkan atau menjelaskan kualitas layanan (Y) sebesar 58,9% dan sisanya sebesar 41,1% (dari perhitungan  $100\% - 58,9\%$ ) dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam model atau persamaan pada penelitian ini. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu (Adyanto & Santosa, 2018; Kussudyarsana, 2016; Nusarika & Purnami, 2015), yaitu persepsi konsumen berkontribusi terhadap kualitas layanan.

Dalam uji regresi linear sederhana, nilai  $a = 3,421$  yaitu konstanta. Yang memiliki arti apabila variabel persepsi (X) sama dengan nol, maka kualitas layanan (Y) sebesar 3,421. Bahwa besarnya koefisien regresi persepsi (X) diperoleh 1,268 nilainya positif. Hasilnya menunjukkan setiap kali persepsi (X) meningkat, maka akan diikuti dengan kualitas layanan (Y) meningkat sebesar 1,268. Sebaliknya jika persepsi (X) menurun maka diikuti dengan penurunan kualitas layanan. Sedangkan berdasarkan uji t ditunjukkan variabel persepsi (X) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 11,617. Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11,617 > 1,660$ ). Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap kualitas layanan. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat bahwa persepsi konsumen meliputi cara konsumen memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi yang terkait dengan produk, dan layanan perusahaan (Firdhausa et al., 2021; Parasuraman et al., 1996; Tjiptono, 2001).

## 4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan untuk mengetahui persepsi generasi milenial terhadap kualitas layanan tracking system. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut Persepsi generasi milenial pada variabel persepsi terhadap layanan tracking system yang memberikan pengalaman untuk mengetahui posisi barang sudah sangat baik. Terlihat dari nilai yang diperoleh yaitu 4,22 dengan interpretasi sangat baik. Sikap/attitude kurir JNE pada variabel persepsi juga menunjukkan nilai yang baik yaitu 4,13 dengan interpretasi yang baik. Kualitas layanan pada JNE masih kurang, terlihat dari indikator fasilitas yang disediakan JNE dengan nilai 3,57 walaupun interpretasi baik tapi masih harus ditingkatkan agar lebih baik dari kompetitornya.

## REFERENCES

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE, HARGA DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20893>
- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Milenial Nusantara: Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods (4th ed.)*. Sage Publications, Inc.
- Firdhausa, R. M., Baihaqi, I., & Ardiantono, S. (2021). Evaluasi Kualitas Pelayanan Last-Mile Logistic pada JNE Express. *Jurnal Teknik ITS*, 10(1).
- Kussudyarsana, K. (2016). Persepsi Konsumen atas Merek Lokal dan Asing Pada Kategori Produk Hedonik dan Utilitarian. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 48. <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.2365>

- Lidwina, A. (2021). Gaji Generasi Z dan Milenial Banyak Dibelanjakan di E-Commerce \_ Databoks. Katadata.Co.Id.
- Nurhasanah, S., & Vikaliana, R. (2021). *Statistika Sosial* (1st ed.). Salemba Empat.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN, DAN ORIENTASI BELANJA TERHADAP NIAT BELI SECARA ONLINE (STUDI PADA PRODUK FASHION ONLINE DI KOTA DENPASAR). *Jurnal Manajemen*, 4(8). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/14260>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.
- Priambodo, Y., Vikaliana, R., & Purnaya, I. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Jasa Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Semoga Sukses Logistik. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA* Vol, 6(1), 57–66.
- Rachman, K. A., & Ariyanti, M. (2018). Analisis Positioning Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Generasi Milenial (Studi Pada Tokopedia, Shopee, Olx, Bukalapak) Analisis Positioning Marketplace Based on Consumer Perception Milenial Generation (Study on Tokopedia, Shopee, Olx, Bukalapak). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1708–1716.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS)*. Penerbit Andi.
- Saputra, D., & Murniasih, C. (n.d.). Faktor-faktor Determinan Pengembangan Bisnis Online Jasa Titip Kosmetika Impor Studi Kasus Mahasiswa Di Indonesia.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. BPF.
- Vikaliana, R. et al. (2021). Pendampingan UKM Masa Pandemi “Institut Stiami Berbagi untuk UKM.” *Media Sains Indonesia*.
- Vikaliana, R. (2018). Faktor-Faktor Risiko Dalam Perusahaan Jasa Pengiriman. *Jurnal Logistik Indonesia*, 1(1), 68–76. <https://doi.org/10.31334/jli.v1i1.128>
- Vikaliana, R., & Irwansyah, I. (2019). *Pengolahan Data dengan SPSS*. CV AA Rizky. [https://books.google.co.id/books/about/PENGOLAHAN\\_DATA\\_DENGAN\\_SPSS.html?id=-UziDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/PENGOLAHAN_DATA_DENGAN_SPSS.html?id=-UziDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- Wibowo, E. A. (2016). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibria*, 1(1), 95–108. <http://journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/view/222>
- Yanottama, P., & Nahry, N. (2020). UPAYA OPTIMASI LAST MILE DELIVERY : GAP ANTARA KEBUTUHAN OPERATOR PENGIRIMAN BARANG DAN. *Prosiding Simposium Forum Studi Transportasi Antar Perguruan Tinggi Ke-23*, 23–24.