

PERAN KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JET & TONY EXPRESS (J&T) DI WILAYAH JAWA TIMUR

Oleh:

Moch. Ardiyan Firmansyah,

Misti Hariasih

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2023

Pendahuluan

Perkembangan bidang teknologi sangat berdampak pada perekonomian Indonesia terutama pada bidang industri jasa. Hal ini terkait dengan semakin banyak bisnis jual beli online yang dilakukan oleh pelaku usaha online yang terdiri dari masyarakat maupun perusahaan – perusahaan toko online.

Persaingan dalam industri jasa pengiriman menjadi semakin signifikan. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Salah satu Perusahaan jasa pengiriman barang yang ikut bersaing yaitu J&T Express dalam wilayah domestik di Indonesia. J&T Express termasuk perusahaan jasa dengan layanan pengiriman barang baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express adalah perusahaan baru yang diresmikan pada tahun 2015.

Setiap perusahaan harus mampu merebut pangsa pangsa pasar sasarannya demi mencapai volume penjualan yang tinggi agar perusahaan dapat mengembangkan usahanya dalam Industri yang sedang dijalaninya dengan memperhatikan kepuasan pelanggannya (kualitas pelayanan, ketepatan waktu, harga)

Pendahuluan

Peran kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan konsumen telah dilakukan dan mendapatkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh F. Hariana (2020), Putri Rahmayanti & Bethani Suryawardani (2014), A. D. Lestari (2019) Mengemukakan bahwa dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap peran kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh S. Hafizha, Abdurrahman, and H. Sri Nuryani (2019), Tengku Putri Lindung Bulan (2016) Bahwa tidak dapat berpengaruh yang signifikan terhadap peran kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini melatar belakangi peneliti untuk menguji kembali bagaimana Peran Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di Wilayah Jawa timur.

Literatur Review

Kualitas pelayanan adalah kondisi kuat yang terkait erat dengan barang, jasa, SDM, proses dan kondisi yang pada dasarnya dapat memenuhi atau bahkan melampaui kualitas yang diharapkan

1. Berwujud (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

Ketepatan waktu adalah lamanya waktu yang diperlukan untuk mengirimkan produk, dari saat pelanggan mememesannya hingga saat produk benar-benar tiba tepat waktu, dalam kondisi baik, dan dalam jumlah waktu yang ditentukan.

1. Ketepatan dalam Jasa Pengiriman Barang
2. Ketepatan dalam Menentukan Harga
3. Ketepatan dalam Menentukan Waktu

Literatur review

harga suatu produk atau jasa adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk itu atau nilai yang diberikan pelanggan padanya untuk mendapatkan manfaat, kepemilikan, atau penggunaan suatu produk.

1. harga terjangkau
2. kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. potongan harga
4. daya saing harga

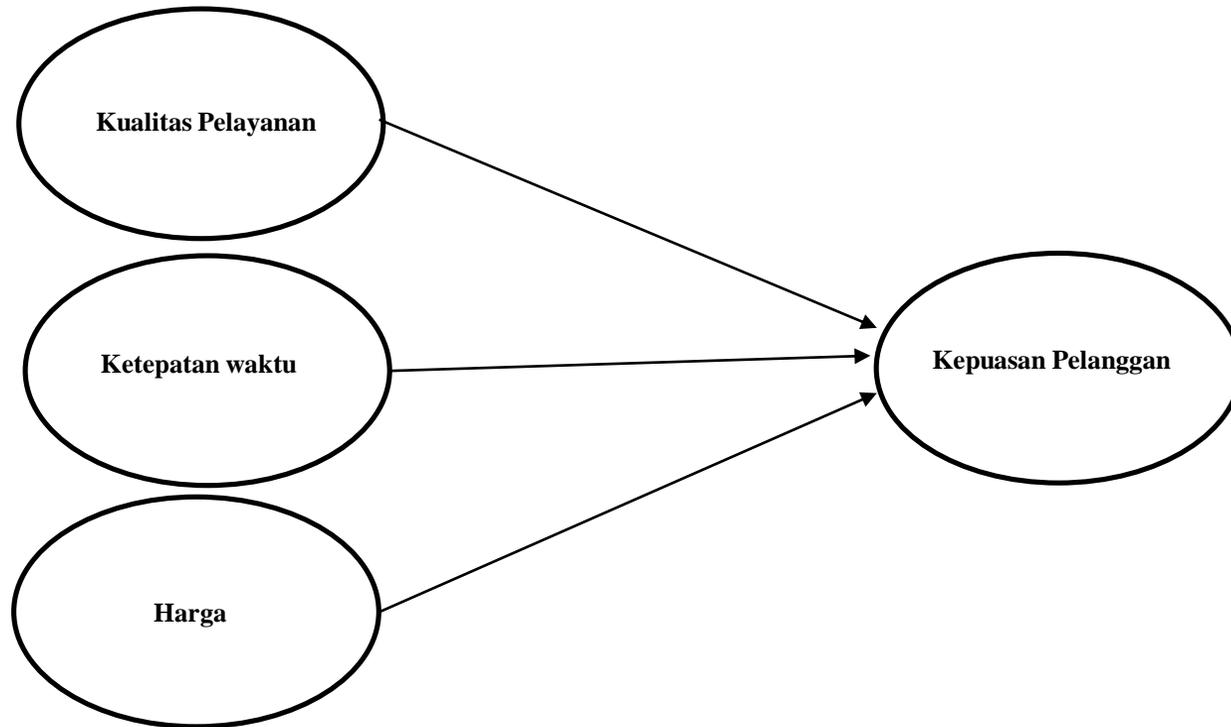
Kepuasan pelanggan adalah adanya kompetitor-kompetitor membuat persaingan semakin sengit sehingga diharuskan perusahaan memberikan service yang bagus terhadap pelanggan agar merasa puas. Keinginan dan akan adanya harapan dari pelanggan dapat diwujudkan oleh perusahaan sehingga terciptanya kepuasan.

1. pembelian kembali
2. menciptakan dari mulut ke mulut
3. menciptakan kepuasan pembelian pada perusahaan yang sama

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Rumusan Masalah** : Peran Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jet & Tony express (J&T) di Wilayah Jawa Timur
- Pertanyaan Penelitian** : Apakah Peran Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jet & Tony express (J&T) di Wilayah Jawa Timur

Kerangka Konseptual



Hipotesis penelitian

H1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

H2 : Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan

H3 : Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Metode

Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dalam bentuk angka dan skor jawaban responden melalui kuesioner yang dibagikan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada J&T Wilayah Jawa Timur. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen konsumen J&T Express Wilayah Jawa Timur. Penentuan hasil perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow karena besarnya jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Teknik yang dipakai untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Kuesioner tersebut dibagikan kepada responden dalam bentuk google form berupa pernyataan, diantaranya responden harus memilih alternatif jawaban dari 5 jawaban yang disediakan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas data, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis (Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi R^2).

Hasil

- Analisis deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - Laki	38	38,0	38,0	38,0
Valid Perempuan	62	62,0	62,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 1, bisa diketahui bahwasanya sebagian besar responden dalam penelitian ini jenis kelaminnya adalah perempuan berjumlah sebanyak 62 orang di Jawa Timur dengan jumlah presentase 62%. Selain itu untuk responden laki laki berjumlah 38 orang dengan presentase sebesar 38%. Sementara itu, dalam hal klasifikasi responden berdasarkan Usia. Mengenai kategorisasi responden berdasarkan usia, temuan menunjukkan bahwa:

Tabel 2. Statistik Deskriptif Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 Tahun	3	3.0	3.0	3.0
20 - 25 Tahun	87	87.0	87.0	90.0
Valid 26 - 30 Tahun	9	9.0	9.0	99.0
> 30 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah konsumen berusia 20 sampai 25 tahun yang berjumlah 87 orang dengan presentase sebesar 87%. Selain itu terdapat responden berusia 26 sampai 30 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase sebesar 9%, untuk responden berusia dibawah 20 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase sebesar 3% dan responden berusia 30 tahun keatas berjumlah 1oran dengan presentase sebesar 1%

Hasil

Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X1.1	0,746	0,197	Valid
	X1.2	0,827	0,197	Valid
	X1.3	0,817	0,197	Valid
	X1.4	0,814	0,197	Valid
	X1.5	0,828	0,197	Valid
Ketepatan Waktu (X ₂)	X2.1	0,786	0,197	Valid
	X2.2	0,793	0,197	Valid
	X2.3	0,848	0,197	Valid
Harga (X ₃)	X2.1	0,778	0,197	Valid
	X2.2	0,753	0,197	Valid
	X2.3	0,791	0,197	Valid
	X2.4	0,812	0,197	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,841	0,197	Valid
	Y2	0,864	0,197	Valid
	Y3	0,851	0,197	Valid

Dari data yang terdapat pada tabel 3, semua item pertanyaan menunjukkan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,197) pada tingkat signifikansi 5 persen. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas yang terpenuhi, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha	Taraf signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,864	0,6	Reliabel
Ketepatan Waktu (X ₂)	0,734	0,6	Reliabel
Harga (X ₃)	0,789	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,810	0,6	Reliabel

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 4, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabilitas. Ini dapat dilihat dari fakta bahwa semua nilai Cronbach's alpha memiliki nilai di atas 0,60. Oleh karena itu, setiap variabel dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel.

Hasil

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,31223644
Most Extreme Differences	Absolute	0,063
	Positive	0,063
	Negative	-0,055
Test Statistic		0,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Tabel 5 menunjukkan bahwa skor *Asymp Sig* (2-tailed) untuk uji normalitas adalah 0,200. Patut diperhatikan jika nilainya lebih dari 0,05. Hasil dari penelitian mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,401	2,493	Tidak terjadi Multikolinearitas
Ketepatan Waktu (X_2)	0,383	2,611	Tidak terjadi Multikolinearitas
Harga (X_3)	0,390	2,566	Tidak terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 6, dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari setiap variabel lebih besar dari 0,1 dan VIF-nya lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

Hasil

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,830	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Ketepatan Waktu (X_2)	0,672	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X_3)	0,951	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 7, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk Kualitas Pelayanan (X_1) adalah 0,830 ($>0,05$), sementara nilai signifikansi untuk Ketepatan Waktu (X_2) adalah 0,672 ($>0,05$) dan nilai signifikansi untuk Harga (X_3) adalah 0,951. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas atau terjadinya homoskedastisitas pada kedua variabel bebas dalam penelitian ini.

Hasil

Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,709	0,769		3,523	0,001
	Kualitas pelayanan	0,180	0,053	0,327	3,403	0,001
	Ketepatan Waktu	0,208	0,087	0,235	2,396	0,018
	Harga	0,217	0,065	0,327	3,358	0,001

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 8, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.709 + 0,180X_1 + 0,208X_2 + 0,217X_3 + e$$

Hasil dari persamaan regresi berganda pada table 10 dapat memberikan pemahaman sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar menunjukkan bahwa ketika variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga diabaikan, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) akan memiliki nilai sebesar 2.709.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah positif, yaitu 0,180. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan (X_1) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,180.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel Ketepatan Waktu (X_2) adalah positif, yaitu 0,108. Ini menunjukkan bahwa jika nilai Ketepatan Waktu (X_2) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,208.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X_3) adalah positif, yaitu 0,217. Ini menunjukkan bahwa jika nilai Harga (X_3) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,217.

Hasil

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Menggunakan Uji t untuk menguji pernyataan dalam hipotesis atas validitasnya. Uji t menunjukkan sejauh mana variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen dalam penjelasannya. Ada tingkat signifikansi statistic 0,05 untuk tes ini. Jika nilai signifikansi indikator (sig.) lebih dari 0,05 maka hipotesis alternatif (Ha) ditolak dan hipotesis nol (Ho) diterima. Akibatnya, jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil dari 0,05, hipotesis alternatif (Ha) diadopsi sebagai pengganti hipotesis nol (Ho). Di bawah ini adalah hasil uji-t yang dilakukan di SPSS Statistics 25 for Windows.

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3,403 seperti terlihat pada Tabel 8. Nilai t_{tabel} pada taraf 0,05 adalah sebesar 1,984. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,403 > 1,984$), dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sehingga hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di Wilayah Jawa Timur.

a. Pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 8 menunjukkan t_{hitung} sebesar 2,396 untuk ketepatan waktu. T_{tabel} menghasilkan nilai 1,984 pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,396 > 1,984$), dan nilai signifikansi $0,018 > 0,05$. Sehingga hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara ketepatan waktu dan kepuasan pelanggan Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di Wilayah Jawa Timur.

a. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Nilai t_{hitung} variabel harga adalah 3,358, seperti terlihat pada Tabel 8. Nilai t_{tabel} tersebut menghasilkan nilai sebesar 1,984 pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,358 > 1,984$), dan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Sehingga hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di Wilayah Jawa Timur.

Hasil

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.440	3	57.147	36.380	.000 ^b
	Residual	150.800	96	1.571		
	Total	322.240	99			

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 9, ditemukan bahwa nilai $F_{hitung} = 36.380$, yang lebih besar dari nilai $F_{tabel} = 2.47$, dengan nilai probabilitas atau sig sebesar $0,000 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel Kualitas Pelanggan, Ketepatan Waktu dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis dapat diterima.

Hasil

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.532	.517	1.253

Berdasarkan analisis data yang terdapat pada tabel 10, didapatkan nilai koefisien korelasi (R Square) sebesar 0,532. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan, Kualitas Pelanggan, Ketepatan Waktu dan Harga memberikan pengaruh sebesar 53% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan 47% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

- Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan ditemukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis regresi linier dan hasil uji t diperoleh $\text{Sig } 0,001 < 0,05$ maka hipotesis diterima, yang mana menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Dengan demikian, jika
- semakin maksimal nilai yang ada pada kualitas pelayanan maka semakin meningkatnya kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Sehingga pada Kualitas pelayanan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur sudah cukup baik terlebih kurir yang ramah tamah, dengan produk andalan jemput barang dan bayar ditempat yang sudah mulai dirasakan pelanggan dan bersinergi dengan pelayan karyawan. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan semakin buruk, maka kemungkinan akan menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner pada pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur diperoleh data bahwa pernyataan “Server pelayanan J&T aman digunakan dan terjamin” memiliki nilai tertinggi dibuktikan dengan tanggapan responden sebagian besar menyatakan setuju sehingga menjadi pendukung dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
- Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Afan Zain (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen [28] dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin baik *responsiveness* semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan adanya aspek aspek yang berkaitan dengan *responsiveness* diantaranya cepat tanggap dan mampu menyelesaikan masalah sehingga memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

- Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan ditemukan bahwa variabel Ketepatan Waktu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis regresi linier dan hasil uji t diperoleh $\text{Sig } 0,018 < 0,05$ maka hipotesis diterima, yang mana menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Dengan demikian, jika semakin maksimal nilai yang ada pada ketepatan waktu maka semakin meningkatnya kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Sehingga jika pada ketepatan waktu pada J&T Ekspres Cabang Jawa Timur semakin meningkat contohnya pengiriman yang tepat waktu dan kecepatan dalam proses pengiriman maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika kualitas ketepatan waktu semakin buruk, maka kemungkinan akan menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner pada pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur diperoleh data bahwa indikator “Barang datang kepada pelanggan tidak mengalami keterlambatan.” memiliki nilai tertinggi dibuktikan dengan tanggapan responden sebagian besar menyatakan setuju sehingga menjadi pendukung dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
- Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh W. A. Putri and Z. Rosha (2022) dengan judul “Pengaruh service excellence, ketepatan waktu dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express Padang (studi kasus J&T Express Cabang Marapalam),” [2] dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja J&T Express sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dan hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya disiplin waktu yang diberikan J&T Express sesuai dengan janji yang diberikan merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan tersebut mau menggunakan J&T Express kembali.

Pembahasan

Pengaruh Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

- Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan ditemukan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis regresi linier dan hasil uji t diperoleh $\text{Sig } 0,001 < 0,05$ maka hipotesis diterima, yang mana menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Dengan demikian, jika semakin maksimal nilai yang ada pada Harga maka semakin meningkatnya kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Sehingga jika harga yang ditetapkan oleh J&T Ekspres Cabang Jawa Timur semakin baik dan affordable menurut konsumen maka akan meningkat juga kepuasan pelayanan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Sebaliknya, jika Harga yang ditetapkan oleh J&T Ekspres Cabang Jawa Timur semakin buruk, maka kemungkinan akan menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner pada pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur diperoleh data bahwa indikator “Harga jasa J&T Terjangkau untuk semua kalangan.” memiliki nilai tertinggi dibuktikan dengan tanggapan responden sebagian besar menyatakan setuju sehingga menjadi pendukung dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
- Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Gofur (2019) “1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan,”[29] Menurut hasilnya, label harga mungkin memengaruhi seberapa puas pembeli. Harga sering digunakan sebagai pengganti nilai oleh konsumen. Jika harga perusahaan terlalu tinggi dalam kaitannya dengan kualitas produknya, kepuasan pelanggan akan menurun. Pelanggan yang diperlakukan seolah-olah mereka lebih berharga lebih cenderung puas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji t atau uji parsial, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung oleh nilai p-value yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (0.05) dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Hipotesis 1 dapat diterima. Selain itu, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Ketepatan Waktu (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini juga didukung oleh nilai p-value yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (0.05) dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Hipotesis 2 dapat diterima. Lalu, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini juga didukung oleh nilai p-value yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (0.05) dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Hipotesis 3 dapat diterima. Selanjutnya, hasil uji signifikansi simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Harga, dan Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Sig. yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai f hitung yang lebih besar dari f tabel. Hipotesis 4 dapat diterima. Dari hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R square sebesar 0.532, yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 53% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan 47% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Referensi

- [1] F. Yuniarta, I. B. S., and G. A. Wulandari, "Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan kepuasan sebagai variabel intervening," *e-Journal Ekon. Bisnis dan Akunt.*, vol. 6, no. 2, pp. 152–158, 2019, doi: 10.19184/ejeba.v6i2.11160.
- [2] W. A. Putri and Z. Rosha, "Pengaruh service excellence, ketepatan waktu dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express Padang (studi kasus J&T Express Cabang Marapalam)," *ejurnal.bunghatta*, vol. 20, no. 2, 2022.
- [3] A. D. Lestari, "Pengaruh kualitas pelayanan , harga , dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Pt . Global Jet Express (J & T) Surabaya," *J. ILMU Dan Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 7, pp. 1–19, 2019, [Online]. Available: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>
- [4] Nur Hayati Eka Kusniawati and Misti Hariasih, "Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada umkm yuuk mie di kabupaten sidoarjo," *Indones. J. Cult. Community Dev.*, vol. 13, pp. 1–14, 2022, doi: 10.21070/ijccd2022831.
- [5] Putri Rahmayanti Tambunan and Bethani Suryawardani, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Perwakilan Kawaluyaan tahun 2014," *Bank. Manag.*, vol. 4, no. 2, pp. 554–566, 2015, [Online]. Available: <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/48>
- [6] D. Dewantoro, L. Aryani, and F. Marzuki, "Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan Jne," *J. Bus. Manag. Econ. Account. Natl. Semin.*, vol. 1, no. 1, pp. 278–293, 2020.
- [7] N. Ofianti and Misti Hariasih, "Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian tape singkong," *Indones. J. Cult. Community Dev.*, vol. 13, pp. 1–14, 2022, doi: 10.21070/ijccd2022821.
- [8] T. P. L. Bulan, "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa," *J. Manaj. dan Keuang. Unsam*, vol. 5, no. 2, pp. 592–602, 2016, [Online]. Available: <http://jurnal.unsam.ac.id/index.php/jmk/article/view/73>
- [9] A. Nurjanah, N. Aulia, E. Rasywir, and A. Feranika, "Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan ekspedisi J&T Express dengan metode Algoritma Naive Bayes," *J. Manaj. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 78–88, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.unama.ac.id/index.php/jms>
- [10] S. Hafizha, Abdurrahman, and H. Sri Nuryani, "Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, 2019, doi: 10.37673/jmb.v2i1.266.
- [11] F. Hariana, "Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing J&T Express di Kecamatan Taman Sidoarjo," *IQTISHADEquity J. Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 92–102, 2020, doi: 10.51804/iej.v2i2.762.
- [12] I. Rakhmalina and Y. Marsih, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Jne Cabang Sekayu," *J. Manaj. Kompeten*, vol. 4, no. 2, pp. 101–118, 2022, doi: 10.51877/mnjm.v4i2.209.

Referensi

- [13] A. H. Prasetyo, D. Rustamaji, S. Sumarni, and N. I. Nadhifah, "Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kemampuan berkomunikasi terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Jne Babat Lamongan," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 5, no. 1, pp. 463–472, 2022, doi: 10.36778/jesya.v5i1.614.
- [14] S. Usep, K. Kuswari, and L. Sari Kirana Griya, "Analisis kepuasan konsumen atas pelayanan PT. Ceade Digital Print Cabang Cikarang," *J. Study Manag. Res.*, vol. 13, no. 1, p. 8, 2016, doi: 10.55916/smart.v13i1.42.
- [15] A. Mira and M. S. Agung Utama, "Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek jasa kurir (studi kasus pada pelanggan Pos Indonesia di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)," *J. Manaj. BISNIS Indones.*, vol. 5, no. 5, pp. 443–454, 2016, [Online]. Available: <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/5046>
- [16] M. Novitasari and P. Hari, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan dengan minat konsumen sebagai Variabel Intervening pada Jasa Kurir PT. Pos Indonesia Madiun," *J. Simba*, vol. 4, no. September, p. 19, 2022.
- [17] N. M. S. R. Devi, W. Ardani, and I. A. S. Putri, "Presidensi Indonesia G20 dan Pengaruhnya terhadap Trust dan Behavioral Intentions Wisatawan ke Destinasi Wisata di Bali (Studi Kasus pada Desa Wisata Penglipuran)," *Lensa Ilm. J. Manaj. dan Sumberd.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2022, doi: 10.54371/jms.v1i1.165.
- [18] M. H. Aliftian Nantigiri, S. Handayani, and V. Veronica, "Pengaruh brand image, harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021," *J. Manaj. Bisnis Transp. dan Logistik*, vol. 7, no. 2, pp. 181–192, 2021, doi: 10.54324/j.mbt.v7i2.660.
- [19] L. Ardila and B. Irawan, "Pengaruh harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang," *J. Adm. Bisnis*, vol. Vol 2, no. 4, pp. 480–493, 2022, [Online]. Available: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS> Pengaruh
- [20] E. Setiawan, "Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan menggunakan jasa Kurir Jne, Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat," *Transparansi J. Ilm. Ilmu Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 166–178, 2019, doi: 10.31334/trans.v1i2.301.
- [21] Khoirulloh, A. T. Haryono, and H. S. Wulan, "Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pembelian sebagai Variabel Intervening (studi pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin, Tembalang Semarang)," *Agora*, vol. 6, no. 2, p. 287284, 2018.
- [22] H. Samuel and Foedjiawati, "Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetian merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)," *J. Manaj. Kewirausahaan*, vol. 7, pp. 74–82, 2005, [Online]. Available: <http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/>
- [23] B. Jaya Sakti and Mahfuzh, "Analisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 7, no. 4, pp. 1–8, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Referensi

- [24] A. Aditia, A. T. Komara, N. Y. Roslina, and L. Jatmika, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen," *Acman Account. Manag. J.*, vol. 1, no. 2, pp. 104–114, 2021, doi: 10.55208/aj.v1i2.25.
- [25] I. Ghozali, "Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23," 2016.
- [26] A. Sanusi, "Metodologi penelitian bisnis." Jakarta: salemba empat, 2011.
- [27] S. Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif SPSS," *Dalam Metod. Penelit. Kuantitatif SPSS. Jakarta Kencana, Prenada Media Grup*, 2017.
- [28] Ahmad Afan Zain, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *Al-Maqashid J. Econ. Islam. Bus.*, vol. 2, no. 2, pp. 47–54, 2022, doi: 10.55352/maqashid.v2i2.269.
- [29] Abdul Gofur, "1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 37–44, 2019, doi: 10.36226/jrmb.v4i1.240.

