

The Role of Service Quality, Timeliness and Prices on Customer Satisfaction at Jet & Tony Express (J&T) Companies in East Java Region

[Peran Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di Wilayah Jawa Timur]

Mochammad Ardiyan Firmansyah¹⁾, Misti Hariasih²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
mistihariasih@umsida.ac.id

Abstract. *This research aims to determine the role of service quality, timeliness, and price on customer satisfaction at J&T Express Branch in East Java. This research uses a quantitative approach as the research method. The research population consists of J&T Express users located in the East Java region, with an unknown number. The sample determination method used is Non-Probability Sampling Technique, supported by Accidental Sampling technique as the sampling method, with the Lemeshow formula determining 96 respondents. The data used in this research consists of primary data, obtained through the distribution of questionnaires to the respondents. Quantitative data analysis technique using statistical methods is employed to analyze the data. The statistical method used is IBM SPSS 26. Based on the research results, it is found that, partially, service quality (X1) has a significant influence on customer satisfaction (Y), timeliness (X2) has a positive effect on customer satisfaction (Y), and price (X3) also has a positive effect on customer satisfaction. Additionally, in this context, it is also proven that service quality, timeliness, and price, simultaneously, have an impact on customer satisfaction at Jet & Tony Express (J&T) Company in the East Java region.*

Keywords - Service Quality, Timeliness, Price, Customer Satisfaction.

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kualitas layanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan pelanggan J&T Ekspres Cabang Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Populasi penelitian ini terdiri dari masyarakat pengguna J&T Express yang berlokasi di Wilayah Jawa Timur, yang jumlahnya belum diketahui. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah Teknik Non Probability Sampling yang didukung dengan teknik Accidental Sampling sebagai metode sampling berfungsi sebagai metode penentuan sampel, dengan rumus lemeshow ditetapkan bahwa 96 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner atau angket kepada responden. Teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode statistik digunakan untuk menganalisis data. Metode statistik yang digunakan adalah IBM SPSS 26. Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial ditemukan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), ketepatan waktu (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), Harga (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, dalam konteks ini secara parsial kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga secara simultan juga terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di Wilayah Jawa Timur.*

Kata Kunci - Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Harga, Kepuasan Pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi, khususnya di sektor jasa. Hal ini terkait dengan peningkatan jumlah perusahaan publik dan gerai ritel yang beroperasi di dunia maya.[1] Laju persaingan di industri jasa pelayanan semakin meningkat. Kemajuan teknologi juga membuat perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang canggih.[2] Menyikapi tren tersebut, semakin banyak bermunculan bisnis pengiriman produk di Indonesia. J&T Express bersaing dengan jasa pengiriman barang lainnya di pasar domestik Indonesia. J&T Express menawarkan layanan pengiriman paket dan dokumen. J&T Express adalah perusahaan yang sangat baru, yang baru beroperasi sejak 2015. Ini adalah organisasi yang operasinya bergantung pada penggunaan teknologi informasi. Mereka memberikan layanan yang berharga karena mereka akan mengambil paket Anda apa pun yang terjadi. Kesederhanaan manajemen paket ini berarti dapat melayani berbagai macam klien. Pelanggan tidak lagi harus keluar rumah untuk membawa barang ke depot J&T setempat. Mereka dapat menjangkau J&T melalui hotline bebas pulsa atau aplikasi selulernya untuk Android dan iOS.

Barang yang perlu dikirim akan segera diambil oleh petugas (sprinter). [3] Jasa pengiriman dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat dan membantu memenuhi kebutuhannya, maka jasa pelayaran memegang peranan penting dalam pesatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat Jawa Timur dengan meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat dan menciptakan lapangan kerja.

Tingkat kepuasan pelanggan yang diterima perusahaan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan pelanggannya. Kualitas layanan adalah jumlah dari bagian-bagiannya dan manifestasi kualitasnya dalam memenuhi harapan pelanggan. Setiap bisnis harus fokus pada peningkatan kualitas layanan mereka untuk tetap kompetitif dan memenuhi kebutuhan pelanggannya. [4] Setiap perusahaan harus memiliki opsi untuk mempertahankan sebagian dari pasar tujuannya untuk mencapai volume transaksi yang tinggi sehingga perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya, dalam bisnis yang dijalankannya atau Industri pada dasarnya siap untuk memenuhi industri tersebut. [5]

Selain memberikan layanan pelanggan yang bagus, perusahaan logistik harus memastikan pengiriman barang tepat waktu. Waktu pengiriman mengacu pada waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menerima produk setelah melakukan pemesanan. Karena ini adalah salah satu faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan dan berpengaruh terhadapnya. Karena dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan pengiriman yang cepat, jasa logistik yang terpercaya digunakan oleh banyak pelanggan. [6]

Harga suatu produk adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkannya. Semakin besar biayanya, semakin baik kualitasnya, menurut bukti yang ada. [7] Penting untuk memeriksa manfaat tambahan yang ditawarkan oleh item layanan serta variasi biaya yang terkait dengan penggunaan layanan ini. [8] Oleh karena itu, sangat penting untuk mempertahankan kontrol yang ketat atas kualitas layanan jika Anda ingin meningkatkan kebahagiaan klien. Layanan yang unggul kepada pelanggan dapat menghasilkan bisnis yang berulang dengan senang hati. [9] Dengan hal tersebut kepuasan konsumen juga menjadi instrumen penting. Kepuasan konsumen adalah usaha pemenuhan individu yang muncul karena pelaksanaan kinerja yang sama antara hasil dan asumsi. Kinerja yang kurang dari harapan akan menghasilkan pelanggan yang tidak puas, sedangkan kinerja yang memenuhi atau melebihi harapan akan dihargai oleh pelanggan tersebut. [10]

Penelitian tentang peran antara kualitas layanan, ketepatan waktu, dan harga dan kepuasan pelanggan memiliki hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh F. Hariana (2020) [11], Putri Rahmayanti & Bethani Suryawardani (2014) [5], A. D. Lestari (2019) [5] mengemukakan bahwa dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap peran kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian S. Hafizha, A. Abdurrahman, dan H. Sri Nuryani (2019) [10], Tengku Putri Lindung Bulan (2016) [8] pentingnya kualitas layanan, ketepatan waktu, dan biaya dalam memastikan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh oleh hal ini.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan hasil yang bertentangan, dan terdapat ketidakpuasan pelanggan yang meluas terhadap kualitas layanan, waktu penyelesaian, dan harga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kembali bagaimana perusahaan Jet & Tony Express (J&T) di wilayah Jawa Timur bersaing satu sama lain dalam hal kualitas layanan, ketepatan waktu, dan harga, dan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena menjaga eksistensi pelanggan agar tetap menjadi konsumen adalah aspek krusial yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis. Agar penyedia layanan pengiriman dapat mengembangkan bisnis mereka dan memenuhi persyaratan kepuasan pelanggan, penelitian ini juga bermaksud untuk menawarkan informasi kepada mereka. Penelitian ini berbeda dari penelitian lain dalam beberapa hal, terutama mengenai waktu dan lokasi. Terkait temuan ini. Pelanggan J&T di Wilayah Jawa Timur akan mendapatkan pertanyaan melalui Google Forms dari peneliti. Studi ini menganalisis pelanggan J&T Express Jawa Timur sebagai studi kasus untuk menguji hubungan antara kualitas layanan, ketepatan waktu, dan biaya dengan kebahagiaan pelanggan.

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?”

Kategori SDGs : Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (8)

Literatur Review

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan, menurut Tjiptono dalam Ika et al. (2021), merupakan faktor krusial yang sangat terkait dengan produk, layanan, orang, proses, dan faktor lain yang pada dasarnya dapat memenuhi atau bahkan melampaui kualitas yang diinginkan. [12] Kualitas adalah upaya perusahaan untuk mengungguli persaingan, tetapi hampir semua bisnis, terutama bisnis berbasis jasa, bersaing untuk tingkat kualitas yang sama. Akibatnya, kualitas saja tidak cukup bagi bisnis untuk menonjol dari yang lain. [13] Kualitas layanan adalah aktivitas yang mencakup hubungan dengan klien atau properti tetapi tidak mengarah pada perpindahan kepemilikan dan memiliki komponen intangible tertentu,

menurut Putri Apriyanti et al. (Hal tdk dpt dipahami).[14] Berdasarkan pengalaman konsumen menggunakan layanan tersebut, jika konsumen senang dengan kinerjanya, maka ia akan terus menggunakan layanan tersebut, menggunakannya, bahkan menunjukkan manfaat layanan perusahaan tersebut kepada orang lain.[15] Oleh karena itu, kualitas layanan perusahaan atau institusi diukur dengan seberapa baik memenuhi kebutuhan dan keinginan kliennya. Artinya, elemen kunci yang memengaruhi kualitas layanan adalah kesan masyarakat umum tentang apa yang diharapkan konsumen.[16] Menurut Ika Devi Widyaningrum (2020), bukti nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati adalah indikator kualitas layanan pelanggan yang sangat baik. Studi “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” oleh Rini Dianti Fauzi dan Pitriyani di Sicepat Ekspres Jagakarsa Jakarta Selatan menemukan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang ditawarkan.[17]

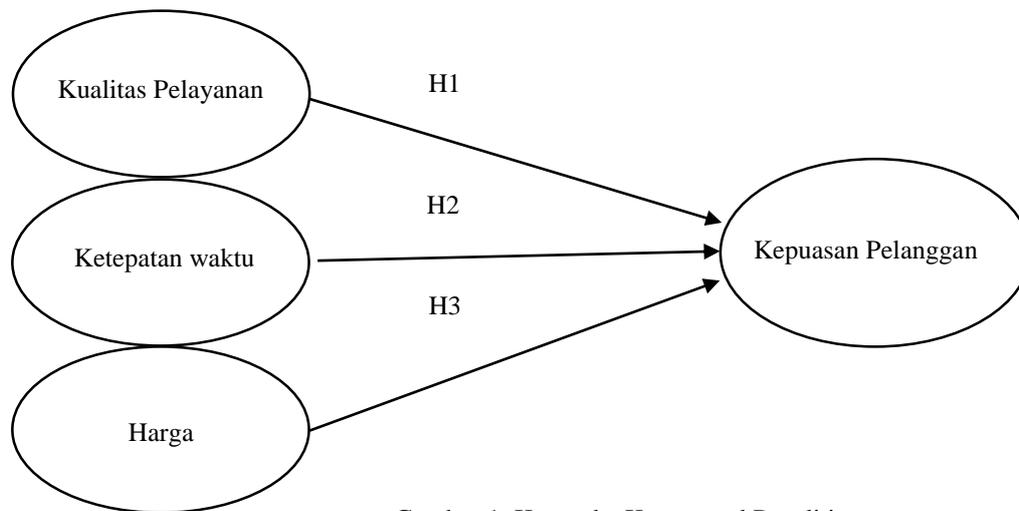
Ketepatan Waktu

Menurut Handoko dalam Juniariska et al. (2020) Ketepatan waktu adalah lamanya waktu yang diperlukan untuk mengirimkan produk, dari saat pelanggan memesannya hingga saat produk benar-benar tiba tepat waktu, dalam kondisi baik, dan dalam jumlah waktu yang ditentukan.[18] Ketepatan waktu adalah rentang waktu dari pembeli mengajukan permintaan sampai barang yang diminta diterima oleh pelanggan.[6] Ketepatan pengiriman juga merupakan masalah keputusan untuk melaksanakan faktor-faktor yang terkoordinasi dalam perusahaan jasa. Jadwal menentukan bahwa semua paket yang masuk dikirim. Tentunya hal ini akan berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang akan berdampak positif atau negatif terhadap eksistensi perusahaan.

Ketidakpastian kapan produk atau jasa akan disampaikan merupakan salah satu variabel yang menurunkan kebahagiaan konsumen.[19] Klien berhak mengajukan komplain jika prosedur pengiriman tidak selesai tepat waktu sesuai kesepakatan. Oleh karena itu, produk harus dipasok sesuai jadwal. Ketepatan waktu penyampaian dapat dievaluasi dengan beberapa cara, seperti dikemukakan Handoko dalam Eviani dan Hidayat (2021). Ketepatan dalam Jasa Pengiriman Barang, Ketepatan dalam Menentukan Harga, Ketepatan dalam Menentukan Waktu adalah indikator *timeliness*. Menurut penelitian Lia Ardila dan Bambang Irawan berjudul “Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang,” ketepatan waktu memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun hasilnya tidak memuaskan. signifikan secara statistik.[19]

Harga

Harga, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong, adalah pertimbangan yang diberikan pembeli sebagai imbalan atas kemampuan penjual untuk menghasilkan keuntungan, memperoleh kepemilikan, atau menggunakan produk atau layanan (Fahmi et al., 2020).[18] Menurut Andrei dalam Elfa et al. (2013) yang menggunakan penelitian untuk menentukan pengaruh harga dalam memilih untuk membeli atau menggunakan jasa dan produk, adalah pembeli yang memperdagangkan uang tunai dalam jumlah tertentu.[20] Harga mencerminkan nilai pemahaman antara pembeli dan penjual untuk suatu barang atau layanan. Pelanggan mengevaluasi tingkat kualitas yang ditawarkan oleh produk atau layanan berdasarkan harga.[21] Dengan asumsi teori benar, konsumen yang bahagia akan dengan senang hati membayar ekstra untuk "produk" yang mereka dapatkan. Ini akan memungkinkan keuntungan yang lebih lama. Secara alami, ini akan meningkatkan kebahagiaan konsumen dan profitabilitas perusahaan.[22] Di era digitalisasi, masyarakat daripada mencari harga yang lebih rendah, orang lebih memilih apa yang mereka dapatkan dari uang mereka.[23] Salah satu unsur yang mempengaruhi kebahagiaan pelanggan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan “harga yang relatif rendah” kepada konsumen. Di sisi lain, pertumbuhan volume klien atau perluasan sektor pasar dapat menyebabkan penurunan kualitas layanan yang ditawarkan. Memang, pangsa pasar yang tumbuh dapat mengarah pada skala ekonomi, setidaknya sampai titik tertentu (biasanya perusahaan mencapai posisi yang paling menguntungkan). Ide seperti ini sangat penting bagi perusahaan di bidang jasa.[22] Kotler dan Armstrong dalam Fahmi et al. (2020) memasukkan harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, potongan harga, dan daya saing harga sebagai indikator harga. Dalam penelitian sebelumnya oleh Ari Prasetio berjudul “Harga dan Kepuasan Pelanggan”, harga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”.[24]

Kerangka Konseptual Penelitian :

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel independent yakni Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Harga (X2) & Harga (X3) dan 1 variabel dependent yakni Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut merupakan hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini :

- H1 : Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
 H2 : Ketepatan Waktu (X2) berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
 H3 : Harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y)

II. METODE**Jenis dan sumber data**

Data primer dan sekunder keduanya digunakan dalam penelitian ini. Data primer berupa angka dan informasi yang diambil langsung dari penyebaran kuesioner. Sampel penelitian sebagian besar dikumpulkan melalui distribusi survei formulir Google.

Data sekunder adalah informasi yang digunakan untuk menguatkan atau memverifikasi data primer. Informasi dapat dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk bisnis dan buku akademik, jurnal, dan publikasi lainnya. Dan itu dalam bentuk Catatan pengiriman barang PT. Karya Niaga Abadi (J&T Express).

Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Wilayah Jawa Timur. Dengan menggunakan objek pengguna Jasa kurir.

Populasi dan Sampel

Pengguna J&T Express di Wilayah Jawa Timur dijadikan sebagai demografi studi. Namun, tidak pasti berapa banyak orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Teknik Accidental Sampling berfungsi sebagai pendukung Teknik Non Probability Sampling, yaitu pendekatan sampling yang digunakan. Hanya mereka yang memenuhi kriteria atau tujuan yang menurut peneliti paling mewakili populasi yang akan dimasukkan dalam pemilihan, yang dilakukan dengan menggunakan pertimbangan peneliti. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow karena populasinya tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada Kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat Kesalahan

Dari rumusan tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Ditentukan bahwa total 96 orang (responden) yang disurvei yang kemudian digenapkan 100 orang dijadikan sampel penelitian.

Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner dan metode pengumpulan data lainnya. Kuesioner berisi pernyataan untuk konsumen Jawa Timur tentang kepuasan mereka terhadap kualitas, ketepatan waktu, dan harga J&T Express. Kuesioner dibuat dengan menggunakan skala Likert.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis Deskriptif

Informasi senilai seratus responden dikumpulkan dan kemudian dianalisis menggunakan SPSS untuk Windows, versi 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada responden yang harus dieliminasi karena nilai ekstrim (outlier).

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	

Sumber : Data primer diolah, 2023

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	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah konsumen berusia 20 sampai 25 tahun, berjumlah 87 orang dengan tingkat persentase 87%. Selain itu terdapat responden berusia 26 sampai 30 tahun berjumlah 9 orang dengan tingkat presentase 9%, untuk responden berusia dibawah 20 tahun berjumlah 3

orang dengan tingkat presentase 3% dan responden berusia 30 tahun keatas berjumlah 1oran dengan tingkat presentase 1%.

Analisis Statistik

Uji Validitas

Pengujian validitas suatu alat ukur atau uji validitas berusaha untuk menunjukkan seberapa baik alat ukur tersebut dapat mengukur dengan tepat objek yang diukur. Untuk mengetahui sah atau tidaknya data dalam kuesioner, maka dilakukan uji validitas untuk menilai keabsahan data yang ada di dalamnya [25]. Kuesioner dianggap sah jika pertanyaannya yang ada di dalamnya dapat secara akurat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam uji validitas, butir soal dianggap valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan dianggap tidak valid.

Tabel 3. 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
Kepuasan Pelanggan (Y)	X2.4	0,812	0,197	Valid
	Y1	0,841	0,197	Valid
	Y2	0,864	0,197	Valid
	Y3	0,851	0,197	Valid

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Dari data pada tabel 3, semua butir pertanyaan memperlihatkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,197) pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang dibangun dalam penelitian ini memiliki validitas yang terpenuhi, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Keakuratan suatu alat ukur diuji keandalannya dengan sering digunakan oleh orang yang sama atau oleh berbagai orang pada waktu yang berbeda, baik secara berurutan maupun paralel[26]. Uji reliabilitas adalah teknik yang digunakan untuk menilai seberapa andal dan konsisten suatu kuesioner sebagai ukuran suatu variabel [27]. Reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Jika koefisien Alpha untuk kuesioner lebih dari 0,6, secara statistik signifikan, menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Sebaliknya, jika koefisien Alpha di bawah 60% atau tingkat signifikansi di bawah 0,6, maka kuesioner tidak reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha	Taraf signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,864	0,6	<i>Reliabel</i>
Ketepatan Waktu (X_2)	0,734	0,6	<i>Reliabel</i>
Harga (X_3)	0,789	0,6	<i>Reliabel</i>

Kepuasan Pelanggan (Y)	0,810	0,6	Reliabel
------------------------	-------	-----	----------

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Informasi pada tabel 4 mengarah pada kesimpulan bahwa semua konstruksi memenuhi persyaratan reliabilitas. Fakta bahwa semua nilai alpha Cronbach lebih besar dari 0,60 menunjukkan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan koefisien yang tidak bias, uji asumsi klasik dilakukan untuk memverifikasi bahwa asumsi yang ditentukan benar [26], Teknik yang digunakan untuk menemukan gejala tersebut adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Jika variabel dependen, variabel independen, atau keduanya tidak mengikuti distribusi normal, analisis regresi dapat dikesampingkan dengan menggunakan uji normalitas. Untuk memastikan penelitian secara statistik normal, Tes One Sampel Kolmogorov-Smirnov dijalankan di *SPSS Statistics 26* untuk Windows. Persentase dihitung dengan membandingkan nilai Asymp Sig (2-tailed) dengan angka yang telah ditentukan sebelumnya yaitu 5%. Dengan asumsi data mengikuti distribusi normal jika Asymp Sig. (2-tailed) > 0,05. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 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}

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

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.

2. Uji Multikolinearitas

Variabel independen regresi diuji menggunakan analisis multikolinearitas untuk mencari tanda-tanda korelasi. Untuk dimasukkan sebagai variabel independen dalam model regresi yang valid, variabel independen harus benar-benar tidak berhubungan satu sama lain. *SPSS Statistics 26 for Windows* digunakan untuk menentukan tingkat toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebelum pengujian. Tabel 1 menampilkan hasil analisis multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil 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

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Tabel 6 menunjukkan bahwa VIF kurang dari 10, dan semua variabel memiliki toleransi lebih dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berkorelasi satu sama lain.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tes untuk heteroskedastisitas dapat dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel berbeda di berbagai sampel. Penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk mencari heteroskedastisitas, dengan ketentuan nilai Sig harus lebih dari 0,05 untuk mengesampingkan kemungkinan terjadinya heteroskedastisitas. Tes heteroskedastisitas dijalankan di *SPSS Statistics 26 for Windows*. Hasil uji heteroskedastisitas ditabulasikan di bawah ini.

Tabel 7. 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

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Seperti terlihat pada Tabel 7, nilai signifikan untuk Service Quality (X₁) sebesar 0,830 (>0,05), Timeliness (X₂) sebesar 0,672 (>0,05), dan Price (X₃) sebesar 0,951 (>0,05). Akibatnya, dapat dikatakan bahwa tidak ada homoskedastisitas maupun heteroskedastisitas pada kedua variabel independen dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bagaimana Kualitas Pelayanan (X₁), Ketepatan Waktu (X₂), dan Price (X₃) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Investigasi ini didasarkan pada persamaan berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier 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

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Persamaan regresi dibuat berdasarkan temuan analisis regresi pada tabel 8 sebagai berikut:

$$Y = 2,709 + 0,180X_1 + 0,208X_2 + 0,217X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda Tabel 8 dapat dipahami dengan melihat apa yang ditunjukkannya:

- Nilai konstanta tersebut menunjukkan bahwa nilai Customer Satisfaction (Y) akan memiliki nilai sebesar 2,709 apabila variabel bebas Service Quality, Timeliness, dan Price diabaikan.
- Koefisien determinasi untuk X₁ kualitas pelayanan adalah 0,180, yang positif. Dengan asumsi tidak ada perubahan pada variabel independen lainnya, Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan (X₁) sebesar 1 poin menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,180 poin.

- c. Pada nilai 0,108, variabel Ketepatan Waktu (X2) memiliki koefisien regresi yang positif. Ini menunjukkan bahwa jika nilai Ketepatan Waktu (X2) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,208.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X3) adalah positif, yaitu 0,217. Ini menunjukkan bahwa jika nilai Harga (X3) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,217.

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 statistik 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 26 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..

b. 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.

c. 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.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	171.440	3	57.147	36.380	.000 ^b
1	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.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah ukuran statistik seberapa kuat variabel dependen dipengaruhi variabel-variabel independen. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi (R square).

Tabel 10. Koefisien Determinasi Model Summary

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

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

Koefisien korelasi (R Square) yang dihitung dari analisis data pada tabel 10 adalah sebesar 0,532. Menurut hasil ini, kualitas pelanggan, ketepatan waktu, dan harga secara simultan mempengaruhi 53% kepuasan pelanggan, dengan karakteristik tambahan yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya 47%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan pembahasan terhadap hasil analisis tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh antar variabel dalam penelitian.

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 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 [28] dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin baik *responsiveness* semakin meningkat 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.

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 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 meingkat 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 [23] dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja J&T Ekspres sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dan hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya disiplin waktu yang diberikan J&T Ekspres sesuai dengan janji yang diberikan

merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan tersebut mau menggunakan J&T Express kembali.

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 [29] dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan. Harga seringkali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dengan harga suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun, dan sebaliknya. Apabilanilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

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 Pelanggan, 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 Pelanggan, 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sekian pemaparan penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis. Terimakasih atas perhatian pembaca yang telah membaca penelitian ini. Besar harapan penulis untuk memberikan kritik serta saran terhadap tulisan peneliti. Agar penulis di kemudian hari dapat lebih baik lagi dalam melakukan penulisan ilmiah. Kami juga ingin menyampaikan penghargaan kami kepada semua orang yang telah membantu kami menyusun artikel 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 . Globat 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.
- [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 kesetiaan 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>
- [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,” *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 37–44, 2019.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.