

Improving 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 Firmansyah^{1*}, Misti Hariasih², Lilik Indayani³

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo^{1,2,3}

ardiyanm62@gmail.com¹, mistihariasih@umsida.ac.id², lilikindayani@umsida.ac.id³

**Corresponding Author*

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 Ekspres 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.

1. Pendahuluan

Perekonomian Indonesia sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi, khususnya di sektor jasa. Hal ini berkaitan dengan semakin banyaknya bisnis online yang dijalankan oleh perusahaan publik dan toko online yang menjual dan membeli barang dan jasa. Laju persaingan di industri jasa pelayanan semakin meningkat. Kemajuan teknologi juga membuat perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang canggih. Karena fenomena ini, Indonesia melihat peningkatan jumlah layanan pengiriman barang. J&T Ekspres bersaing dengan penyedia jasa pengiriman barang lainnya di pasar domestik Indonesia. J&T Ekspres adalah perusahaan jasa yang menyediakan jasa pengiriman dokumen atau paket. J&T Ekspres adalah perusahaan baru yang berdiri pada tahun 2015. Merupakan salah satu penyedia layanan yang memanfaatkan TI untuk menyediakan produk dan layanannya. Mereka memberikan keuntungan berupa layanan penjemputan paket tanpa syarat. Meskipun hanya

satu paket, pelanggan tetap bisa mendapatkan paket ini dengan administrasi yang mudah. Sehingga, jika pelanggan ingin mengirimkan barang, mereka tidak perlu keluar rumah untuk mengunjungi kantor J&T. Mereka hanya perlu menghubungi J&T melalui aplikasi Android dan iOS, atau dapat menghubungi hotline. Petugas (*sprinter*) akan langsung datang untuk mengambil barang yang perlu dikirim. 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 pelayanan merupakan totalitas dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan. Kualitas pelayanan bagian penting yang harus diusahakan setiap perusahaan agar dapat bersaing dipasar untuk memuaskan konsumen. 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

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.

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan dalam membeli suatu produk karena berbagai alasan untuk meningkatkan kinerja pemasaran yang menunjukkan apabila semakin tingginya harga maka semakin baik pula kualitas yang didapatkan. Keuntungan lain yang diberikan oleh produk jasa harus dibandingkan dan perbedaan biaya yang ditimbulkan dalam penggunaan layanan ini. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus dikelola dengan baik agar dapat memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Jika kualitas layanan pelanggan baik, maka dapat menimbulkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. 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. Konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja kurang dari harapan, sedangkan jika memenuhi harapan, konsumen akan puas, yang diartikan sebagai upaya untuk memenuhi atau melebihi harapan.

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.

Berdasarkan penelitian terdahulu banyak hasil penelitian yang tidak konsisten yang telah dilakukan, dan juga ketidakpuasan pelanggan terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan, ketepatan waktu dalam proses pengiriman barang, serta harga yang ditawarkan. 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. Karena kualitas konsumen merupakan perspektif penting yang harus dilihat oleh perusahaan dalam menjaga keberadaan konsumen sehingga mereka tetap menjadi konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada

para perusahaan jasa pengiriman agar dapat mengembangkan usahanya sesuai dengan kebutuhan kepuasan pelanggan. Terdapat beberapa perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian – penelitian terdahulu yaitu terletak pada waktu dan letak geografis. Didalam observasi ini. Peneliti akan melakukan penyebaran kuisioner kepada pelanggan J&T di Wilayah Jawa Timur melalui Google Formulir. Penelitian ini dilakukan untuk menilai apakah peran kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pelanggan J&T Express di Wilayah Jawa Timur).

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?

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Ika et al. (2021) 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. 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. Menurut Putri Apriyanti et al. Kualitas layanan adalah aktivitas yang melibatkan interaksi dengan pelanggan atau properti tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan dan memiliki beberapa elemen tidak berwujud (*Intangibility*). 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. Oleh karena itu, kemampuan suatu perusahaan atau institusi untuk memenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan menentukan kualitas layanan. Dengan kata lain, persepsi publik tentang layanan yang diharapkan pelanggan adalah faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan. Menurut (Ika Devi Widyaningrum, 2020) indikator kualitas pelayanan yaitu: Berwujud (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*). Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Dianti Fauzi, Pitriyani dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sicepat Ekspres Jagakarsa di Jakarta Selatan mendapatkan hasil yaitu Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

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. Ketepatan waktu adalah rentang waktu dari pembeli mengajukan permintaan sampai barang yang diminta diterima oleh pelanggan. 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.

Salah satu faktor yang menurunkan kepuasan pelanggan adalah ketidakpastian mengenai waktu sampai pengiriman barang atau jasa. Apabila proses pengiriman tidak dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, pelanggan dapat mengajukan komplain. Oleh karena itu, barang harus dikirim tepat waktu. Menurut Handoko dalam Eviani dan Hidayat (2021) terdapat beberapa indikator ketepatan waktu pengiriman, yaitu : Ketepatan dalam Jasa Pengiriman Barang, Ketepatan dalam Menentukan Harga, Ketepatan dalam Menentukan Waktu. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lia Ardila, Bambang Irawan, dengan judul Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang mendapatkan hasil bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Harga

Menurut Kotler & Armstrong dalam Fahmi et al. (2020) menyatakan bahwa 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. 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. 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. Gagasan penalaran bahwa kepuasan konsumen akan memberdayakan manfaat yang diperluas adalah bahwa pembeli yang puas sebenarnya berkeinginan membayar sesuatu yang lain untuk "produk" yang didapat dan lebih toleran terhadap kenaikan biaya. Tentunya hal ini akan meningkatkan margin perusahaan dan kepuasan pelanggan. Di era digitalisasi, masyarakat daripada mencari harga yang lebih rendah, orang lebih memilih apa yang mereka dapatkan dari uang mereka. Perusahaan mampu memberikan "harga yang relatif murah" kepada pelanggan, yang merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Di sisi lain, bertambahnya jumlah pelanggan atau perluasan segmen dapat mengakibatkan penurunan kualitas layanan yang diberikan. Meningkatkan pangsa pasar memang dapat mencapai skala ekonomis, setidaknya sampai titik tertentu (biasanya bisnis mencapai titik paling optimal). Untuk bisnis di industri jasa, konsep seperti ini sangat dibutuhkan. Menurut Kotler & Armstrong dalam Fahmi et al. (2020) indikator harga diukur melalui harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, potongan harga, dan daya saing harga. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Prasetyo dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan mendapatkan hasil yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Metode Penelitian

A. Jenis dan sumber data

Dalam penelitian ini data yang diambil adalah data primer dan sekunder. Data berbasis responden dianggap sebagai data primer. Dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui google formulir yang merupakan bagian dari sampel penelitian, maka dilakukan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner.

Data sekunder adalah data pendukung yang digunakan untuk mendukung data primer. Data tersebut dapat berasal dari perusahaan atau dari buku, literatur, artikel, dan karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Dan berasal dari J&T Express berupa data pengiriman barang di PT. Karya Niaga Abadi (J&T Express).

B. Lokasi penelitian

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

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna J&T Express yang berlokasi di Wilayah Jawa Timur. Namun jumlah populasi dalam penelitian ini tidak 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. Keputusan peneliti digunakan untuk melakukan seleksi, sehingga hanya akan mencakup orang-orang yang memenuhi kriteria atau tujuan yang menurut peneliti paling mewakili populasi. Dikarenakan populasi tidak diketahui maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow.

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

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%

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

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

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

$$n = 96,04 = 96$$

Menurut perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh untuk memudahkan penelitian adalah 96 orang yang kemudian digenapkan menjadi 100 orang (responden).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuisioner. Kuisioner berisi pernyataan – pernyataan tingkat kepuasan pelanggan terhadap, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga yang ada di J&T Express wilayah Jawa Timur. Kuisioner dibuat dengan skala likert.

4. Hasil Dan Pembahasan

Uji Analisis Deskriptif

Setelah mengumpulkan data dari 100 responden, analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak Statistical Package for Science (SPSS) versi 26 untuk Windows. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada responden yang perlu dihapus karena adanya nilai yang ekstrem (outlier).

Tabel 1. Statistik Deskriptif Jenis Kelamin Responden

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

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 62 orang di Jawa Timur dengan presentase sebesar 62%. Selain itu untuk responden laki laki berjumlah 38 orang dengan presentase sebesar 38%. Sementara itu, dalam hal klasifikasi responden berdasarkan Usia, hasilnya menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 2. Statistik Deskriptif Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	3	3.0	3.0	3.0
	20 - 25 Tahun	87	87.0	87.0	90.0
	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 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%

Analisis Statistik

Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah suatu proses pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrumen pengukuran mampu mengukur dengan akurat apa yang hendak diukur. Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi keabsahan data yang terdapat dalam kuesioner, dengan tujuan untuk menentukan apakah data tersebut valid atau tidak [25]. Validitas kuesioner dinyatakan terpenuhi jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu mengungkapkan dengan tepat suatu hal yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Dalam uji validitas, item kuisisioner dianggap valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, begitupun sebaliknya nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner 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	X2.1	0,786	0,197	Valid

Waktu (X_2)	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

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

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

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana konsistensi hasil pengukuran dari suatu alat pengukur tetap terjaga ketika digunakan oleh individu yang sama dalam waktu yang berbeda, atau digunakan oleh individu yang berbeda pada waktu yang sama atau waktu yang berbeda [26]. Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner sebagai indikator dari suatu variabel yang konsisten dan dapat diandalkan [27]. Dalam penelitian ini, reliabilitas kuesioner diuji menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien *Alpha* melebihi tingkat signifikansi 60% atau 0,6, maka kuesioner dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Sebaliknya, jika nilai koefisien *Alpha* berada di bawah tingkat signifikansi 60% atau 0,6, maka kuisisioner dianggap tidak *reliable*.

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	<i>Reliabel</i>

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

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.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memvalidasi apakah asumsi-asumsi yang telah ditetapkan terpenuhi, sehingga dapat menghasilkan koefisien yang tidak oleh bias, berikut adalah metode-metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala-gejala tersebut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah distribusi variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini normalitas diuji dengan menggunakan SPSS Statistics 26 for Windows dengan menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Pengukuran dilakukan dengan

membandingkan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* dengan nilai yang ditetapkan sebesar 5%. Apabila nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* melebihi 0,05, dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut mengikuti distribusi normal. Di bawah ini terdapat hasil uji normalitas:

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

Berdasarkan tabel 5, diperoleh hasil uji normalitas dengan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari pengujian multikolinearitas adalah untuk memeriksa apakah ada gejala korelasi antara variabel bebas dalam regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mengidentifikasi tanda-tanda multikolinieritas, dilakukan pengujian dengan memeriksa nilai toleransi dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) yang dihitung menggunakan perangkat lunak *SPSS Statistic 26 for Windows*. Hasil pengujian multikolinieritas ditampilkan dalam tabel berikut:

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

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.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan apakah variasi variabel tidak sama untuk setiap pengamatan. Dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas dilakukan pengujian Glejser dengan kriteria bahwa jika nilai *Sig* melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS Statistic 23 for Windows*. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat ditemukan dalam tabel berikut:

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

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.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Ketepatan Waktu (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut ini adalah persamaan yang digunakan dalam penelitian ini:

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

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	0,001
	Ketepatan Waktu	0,208	0,087	0,235	0,018
	Harga	0,217	0,065	0,327	0,001

Sumber : Output SPSS data diolah peneliti, 2023

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.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji validitas pernyataan dalam hipotesis. Uji t menunjukkan sejauh mana variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen dalam

penjelasannya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Namun, jika nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Berikut ini adalah hasil dari uji t yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS Statistic 25 for Windows*:

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dari tabel 8, terlihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan adalah 3,403. Nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 1,984. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,403 > 1,984$), dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) 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

Dari tabel 8, terlihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel ketepatan waktu adalah 2,396. Nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 1,984. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,396 > 1,984$), dan nilai signifikansi $0,018 > 0,05$. Sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) 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

Dari tabel 8, terlihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel harga adalah 3,358. Nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 1,984. Oleh karena itu, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,358 < 1,984$), dan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Sehingga hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) 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 Parsial (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji F)

ANOVA ^a						
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.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan 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

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.

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 $\text{Sig } 0,001 < 0,05$ 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 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 $\text{Sig } 0,018 < 0,05$ 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 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 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.

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,” 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.

5. Penutup

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 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.

Daftar Pustaka

- 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.
- 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.
- 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>
- 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.
- Putri Rahmayanti Tambunan and Bethani Suryawardani, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan tahun 2014," *Bank. Manag.*, vol. 4, no. 2, pp. 554–566, 2015, [Online]. Available: <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/48>
- 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.
- 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.
- 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>
- 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>
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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.
- 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>
- 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.
- 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.
- 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.
- 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
- 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.
- 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.
- 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/>
- 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>
- 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.
- I. Ghozali, "Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23," 2016.
- A. Sanusi, "Metodologi penelitian bisnis." Jakarta: salemba empat, 2011.
- S. Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif SPSS," *Dalam Metod. Penelit. Kuantitatif SPSS. Jakarta Kencana, Prenada Media Grup*, 2017.
- 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.
- 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.