

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Express Karawang

Zaenab Wulandari¹, Novia Sevtiani²

^{1,2} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email : zaenabwulandari456@gmail.com¹, noviasvt06@gmail.com²

Abstrak

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan JNE EXPRESS Karawang. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat pengguna JNE di kabupaten karawang. Ukuran sampel yang digunakan sebanyak 50 orang . Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan kuisioner dan studi perpustakaan. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Uji Instrumen (uji validitas dan reabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, Multikolinieritas, serta heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (uji T, uji F, dan regresi linier berganda). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 2) ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 3) kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 > 0,05$.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Ketepatan waktu pengiriman, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

The research method used in this study is a type of quantitative research that aims to determine the effect of service quality and timely delivery on JNE EXPRESS Karawang customer satisfaction. The population in this study is the JNE user community in Karawang district. The sample size used was 50 people. The technique used to collect data is to use a questionnaire and study the library. Data analysis techniques used in this study were: instrument test (validity and reliability test), classic assumption test (normality test, multicollinearity, and heteroscedasticity) and hypothesis testing (T test, F test, and multiple linear regression). The results of this study indicate that: 1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significant level of $0.000 < 0.05$. 2) timely delivery has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significant level of $0.000 < 0.05$. 3) service quality and timely delivery have a simultaneous effect on customer satisfaction with a significant level of $0.000 > 0.05$.

Keywords: *Service Quality, Timely Delivery, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi dalam era globalisasi pelaku bisnis harus berfikir keras untuk tetap mempertahankan bisnisnya ditengah persaingan pasar yang begitu ketat. Beraneka ragamnya keinginan pelanggan untuk terpenuhinya kebutuhan mereka menjadi rintangan yang harus dihadapi pelaku bisnis saat ini, mereka dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan rasa puas pelanggan. Kepuasan Pelanggan menurut Suprpti dalam (Jatra & Utami, 2015) menyatakan bahwa suatu sikap yang ditunjukan oleh pelanggan akan akan suatu produk yang telah digunakan dan dikonsumsi. Sedangkan menurut (Kotler & Keller, 2012) dalam (Trianah et al., 2017) kepuasan merupakan bagian dari perasaan seseorang baik senang atau kecewa yang muncul karena hasil dari produk maupun kinerjanya telah dibandingkan yang diberikan kepada mereka sesuai ekspektasi yang

diharapkan oleh mereka. Menurut (Panjaitan & Yuliati, 2016) dalam (Tania, 2021) terdapat Indikator dalam kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan yang diberikan konsisten/tidak berubah-ubah dan harapan pelanggan, kepuasan jika dibandingkan dengan jasa lain dan tidak munculnya keluhan.

Banyak konsumen memilih jasa pengiriman terpercaya karena dapat memenuhi dan memberi pelayanan terbaik akan ketepatan waktu pengiriman. Sehingga untuk mencapai kepuasan pelanggan, pihak JNE Express harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman suatu barang. Menurut pendapat (Handoko, 2010) dalam (Eviani & Hidayat, 2021), bahwa ketepatan waktu didefinisikan sebagai masa waktu suatu produk yang dipesan oleh pelanggan, hingga produk yang sudah dipesan sampai kepada tangan pelanggan. Sedangkan menurut (Suryanto, 2016) dalam (Dewantoro et al., 2020) pengiriman barang atau distribusi merupakan sarana yang digunakan untuk memindahkan atau mengirimkan barang dari produsen dengan melalui suatu perantara sampai konsumen menerima barang tersebut, konsumen dalam hal ini disebut sebagai pemakai akhir. menurut pendapat (Juniariska, 2020) dalam (Tania, 2021) Indikator ketepatan waktu pengiriman yaitu barang yang dikirim sesuai dengan jadwal yang telah disepakati dan barang datang kepada pelanggan tidak mengalami keterlambatan.

Disamping itu, untuk membuat pelanggan merasa puas yaitu salah satunya melakukan pelayanan yang baik. Menurut (Tjiptono, 2012) dalam (Taupik Ismail, 2021) mengemukakan bahwa Kualitas pelayanan merupakan penilaian mengenai kualitas pelayanan, apakah pelayanan tersebut sudah diberikan secara baik atau belum. Hal tersebut dilakukan untuk mewujudkan ekspektasi dari pelanggan. Dalam mengukur kualitas pelayanan terdapat beberapa indikator menurut (Handoko, 2017) dalam (Syaiyullah & Nerli, 2019) yaitu, *Reability* (keandalan), *Assurance* (kepastian atau jaminan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan).

Dalam bisnis untuk memasarkan produk/jasa sangat diperlukannya teknologi internet. Internet banyak dilakukan oleh para pembisnis untuk memenuhi kegiatan pemasaran produk/jasa mereka, dikarenakan adanya peningkatan minat masyarakat yang begitu tinggi akan pembelian barang secara online yang lebih memudahkan masyarakat dalam berbelanja. Peningkatan tersebut juga berdampak pada peningkatan permintaan jasa pengiriman seiring dengan perkembangan teknologi yang berpengaruh pada pertumbuhan e-commerce.

JNE EXPRESS Karawang merupakan perusahaan jasa yang memberikan layanan pengantaran/pengiriman dalam bentuk dokumen serta barang. JNE EXPRESS memiliki tagline "Connecting Happiness", tagline tersebut memiliki arti bahwa JNE harus dan selalu bertanggungjawab mengemban amanah seluruh konsumen untuk memenuhi harapan dan kebutuhan dalam pendistribusian barang. Saat ini pelayanan JNE Karawang dimulai pukul 07.00-24.00 WIB dan untuk kedepannya JNE Karawang akan buka 24 jam.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan diadakannya penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum, serta untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pelanggan JNE EXPRESS Karawang.

METODE

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pendapat dari (Sugiyono, 2008) Penelitian Kuantitatif ialah metode yang dimana peneliti menentukan sampel penelitiannya terhadap banyaknya populasi dan sampel yang berdasar pada filsafat positivisme, umumnya sampel tersebut diambil secara random, Pada penelitian kuantitatif instrument penelitian digunakan untuk pengumpulan data

Teknik untuk pengumpulan data penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner atau angket dan studi perpustakaan. Menurut (Sugiyono, 2008) kuesioner adalah teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang kan dijawab oleh responden dengan cara menyebarkan sebuah pernyataan dan pertanyaan berbentuk tulisan. Studi perpustakaan adalah teknik yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data yang sejalan dengan penelitiannya yang dilakukan dengan cara mencari data dan mempelajarinya berupa bacaan seperti buku, artikel ilmiah dan sebagainya.

Populasi menurut (Sugiyono, 2008) adalah suatu wilayah generalisasi yang memiliki karakteristik khas dan telah ditetapkan yang terdiri dari suatu obyek atau subyek kemudian ditarik

menjadi kesimpulan. Populasi yang akan diteliti adalah penduduk kabupaten karawang yang menggunakan jasa pengiriman JNE. Sampel menurut (Sugiyono, 2008) adalah perwakilan dari sekumpulan populasi sesuai dengan karakteristik khas yang sudah ditetapkan.

Jumlah populasi yang akan diteliti tidak diketahui secara pasti, maka menurut pendapat (Hair *et al*,2010) dalam (Eviani & Hidayat, 2021) bahwa jumlah sampel ditentukan melalui banyaknya jumlah pada indikator penelitian kemudian kali 5 sampai 10.

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 10 \times 5 \\ &= 50 \end{aligned}$$

Maka dilihat dari perhitungan rumus tersebut dapat diketahui sampel berjumlah pada 50 responden.

Pada penelitian ini teknik untuk menganalisis suatu data yaitu menggunakan : Uji Instrumen (uji validitas dan reabilitas), uji asumsi klasik (pengujian pada normalitas, multikolinieritas, serta heterodeskatisitas) dan uji hipotesis (uji T, uji F, dan regresi linier berganda).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

- 1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas

Pada penelitian ini hasil perhitungan SPSS pada uji Validitas yang telah dilakukan hasil yang diperoleh diketahui bahwa seluruh koefisien kolerasi dari 10 Indikator setiap variabel dengan 50 orang sebagai responden yaitu memiliki nilai lebih besar dari 0,30. Maka dari iitu, kesimpulan yang didapat dari uji validitas tersebut menunjukkan bahwa semua indikator variabel dinyatakan valid.
 - b. Uji Reabilitas

Tabel 1
Reliability Statistics
Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

Data diolah SPSS 2022

Tabel 2
Reliability Statistics
Ketepatan Waktu Pengiriman

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	2

Data diolah SPSS 2022

Tabel 3
Reliability Statistics
Kepuasan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	3

Data diolah SPSS 2022

Dari hasil olah data SPSS diatas, variabel X1 yaitu Kualitas Pelayanan mempunyai nilai pada Cronbach's Alpha sebesar 0.830, dengan variabel X2 yaitu Ketepatan Waktu Pengiriman bernilai 0.712, dan variabel Y Kepuasan Pelanggan bernilai 0.846. Maka dari penelitian ini terdapat kesimpulan semua variabel menunjukkan reliabel karena lebih besar dari 0.7.

- 2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Tabel 4
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000
		Std. Deviation	1.43503262
Most Extreme Differences	Extreme Absolute		.094
		Positive	.094
		Negative	-.068
Test Statistic			.094
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Pada tabel 4 disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut normal maka asumsi normalitas terpenuhi. Karena berdasarkan uji kenormalan Kolmogorov-Smirnov menyatakan nilai pada kolom asymptotic Significance yaitu 0.200 dan P-value memiliki nilai sebesar $0.200 > 0.05$.

- b. Uji Multikolinieritas

Tabel 5
Coefficients^a

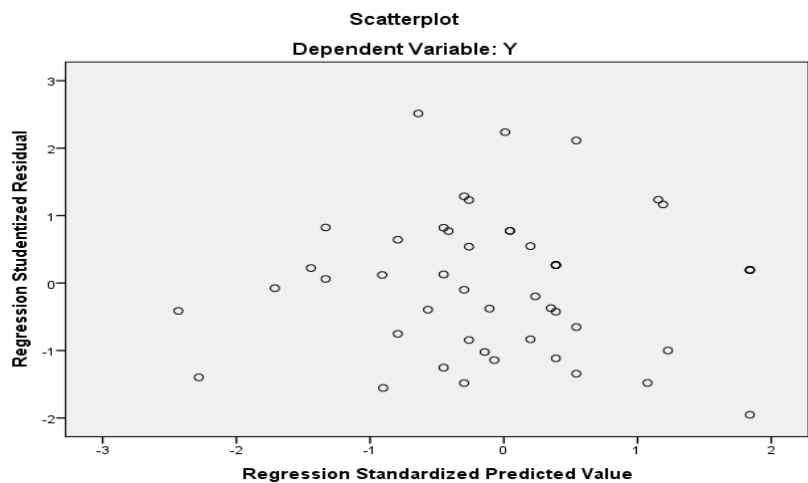
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.804	1.244
	X2	.804	1.244

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Tabel 5 dapat menunjukkan nilai yang didapat pada uji tersebut tidak ada masalah multikolinieritas.

Karena dari hasil uji diatas menunjukkan bahwa nilai VIF atau *Variance Infilation Factor* pada variabel kualitas pelayanan yaitu X1 dan variabel ketepatan waktu pengiriman adalah $1.244 < 10$ dan toleransi sebesar $0.804 > 0.10$.

- c. Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data diolah SPSS 2022

Pada grafik yang telah diolah SPSS diatas, residual membentuk pola tertentu serta menyebar secara acak dibawah dan diatas sumbu 0, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu asumsi heterodestisitas terpenuhi.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.691	.678		1.46525

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Hasil perhitungan SPSS diatas, R^2 memiliki nilai sebesar 0.691 artinya 69,1% keragaman kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor dalam model yaitu X1 yang merupakan kualitas pelayanan dan X2 yaitu ketepatan waktu pengiriman. Sisanya di jelaskan faktor lain.

b. Uji T

Tabel 7
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.846	1.295		-.654	.516
	X1	.329	.071	.417	4.608	.000
	X2	.736	.119	.558	6.173	.000

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa :

1. T_{hitung} variabel X1 yaitu kualitas pelayanan bernilai sebesar 0.329 dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai dari t_{hitung} variabel ketepatan waktu pengiriman memiliki nilai sebesar 0.736 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga ketepatan waktu pengiriman terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji F

Tabel 8
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	225.673	2	112.837	52.557	.000 ^b
	Residual	100.907	47	2.147		
	Total	326.580	49			

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Pada tabel 8 diatas dapat telah diketahui F sebesar 52.557 dan nilai signifikan 0.000 < 0.5. Maka dari perhitungan SPSS tersebut disimpulkan kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 9
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.846	1.295		-.654	.516
	X1	.329	.071	.417	4.608	.000
	X2	.736	.119	.558	6.173	.000

Sumber : Data diolah SPSS 2022

Berdasarkan perhitungan SPSS pada tabel 9, diperoleh nilai beta pada variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu 0.0329 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dan pada variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) bernilai 0.736 terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). sehingga dari hasil analisis data diatas dapat diperoleh model persamaan dibawah ini :

$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

$Y = -0.846 + 0.329X_1 + 0.736X_2 + e$

Dengan keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

β_1 = KR variabel X1 (kualitas pelayanan)

β_2 = KR variabel X2 (ketepatan waktu pengiriman)

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Ketepatan waktu pengiriman

e = Error

Pembahasan

Pengaruh Variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y) pada layanan jasa JNE Express.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa uji hipotesis yaitu uji t menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berdasarkan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Attamimi et al., 2020) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y) pada layanan jasa JNE Express.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh dapat diketahui bahwa uji t menunjukan

ketepatan waktu pengiriman mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berdasar pada penelitian terdahulu yaitu (Attamimi et al., 2020) yang telah berpendapat bahwa variabel X1 yaitu ketepatan waktu pengiriman adanya pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel X2 yaitu kepuasan pelanggan.

Pengaruh Variabel kualitas pelayanan (X1) dan Variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap Variabel kepuasan pelanggan (Y) pada layanan jasa JNE Express.

Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa JNE Express berpengaruh secara simultan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Rohman & Abdul, 2020) bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

1. Kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ maka kualitas pelayanan disebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan
2. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan bernilai $0,000 > 0,05$
3. Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa JNE Express .

DAFTAR PUSTAKA

- Attamimi, F. M., Hufon, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen JNE Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 2010, 27–39.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19.
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Jatra, I. M., & Utami, S. I. A. I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Restoran Baruna Sarnur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(7), 1984–2000.
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85.
<https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (12th ed.). ALFABETA.
- Syaifullah, & Nerli. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada PT. Tri Sukses Sejati Go Massage Batam. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 5(2), 1–15.
- Tania, R. (2021). 2939-Article Text-12757-1-10-20210615. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam*, 3(2).
- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1124–1135.
- Triana, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)*. 26(01), 105–122.